img

hotel restaurant & hi-tech

TURİZM KONAKLAMA VE GASTRONOMİ DERGİSİ
Şubat/February/2018
Fiyat 10 TL
www.hotelrestaurantmagazine.com

RENOVASYON
dosya

Başarısında vizyon var
EMEL ARSLAN GÜRYILDIZ

Rahat ve eğlenceli Sunset Grill & Bar Şefi
Fabrice Canelle

Türkiye'deki ilk Residence Inn By Marriott Oteli Cubes Ankara'da açılacak



OCTA Koltuk

Tilia



LUGGA

LUGGA

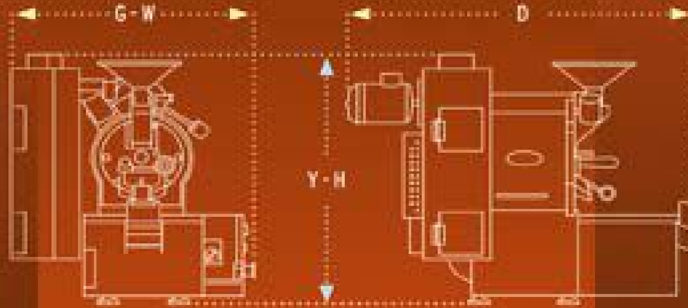


by gazelle

www.gazelle.com.tr info@gazelle.com

MİNİ KAVURUCU TEKNİK BİLGİLER
MINI ROASTER DATA SHEET

	TKM-SX 1E Cafemino electric		TKM-SX 1G Cafemino gas	
Kavurma kapasitesi (kg/sa) Roasting capacity (kg/h)	Açık - Brown 6	Koyu - Dark 5	Açık - Brown 6	Koyu - Dark 5
Kazan kapasitesi (kg) Batch capacity (kg)	50 - 1,000 gr. yeşil kahve 50 - 1,000 gr. green coffee beans		50 - 1,000 gr. yeşil kahve 50 - 1,000 gr. green coffee beans	
Kavurma süresi (dakika) Roasting time (minutes)	Açık - Brown 10	Koyu - Dark 12	Açık - Brown 10	Koyu - Dark 12
Boyutlar (G-Y-D) cm Dimensions (W-H-D) cm	73 x 81 x 100		52 x 81 x 100	
Ağırlık (kg) Weight (kg)	82		82	
Voltaj ve frekans Voltage and frequency	110 - 220 - 230 V 50 - 60 Hz		110 - 220 - 230 V 50 - 60 Hz	
Isı kaynağı Heat source	5.5 kW - Dijital kontrollü Digitally controlled - 5.5 kW		Dijital kontrollü elektronik ateşleme Digitally controlled electronic ignition	
Isı sistemi Heating system	Elektrik ısıtmalı termal transfer Electric heated thermal transfer		LPG, LNG veya doğal gazlı termal transfer LPG, LNG or natural gas heated thermal	
Motor sayısı Number of motors	3		3	
Güç tüketimi (kW/sa) Power consumption (kW/h)	4.66		0.86	
Güç gereksinimi (A) Power requirement (A)	1PH 4 3PH 2.2		1PH 10 3PH 11	
Gövde Tipi Body Type	Paslanmaz çelik, pirinç Stainless steel, brass		Paslanmaz çelik, pirinç Stainless steel, brass	
Standartlar Standards	TSE - CE - UL - CSA - ETL - GOST-R - COC		TSE - CE - UL - CSA - ETL - GOST-R - COC	





"standing by you worldwide as your friend"

Pancar OSB 7. Cadde No:22 Pancar, 35860
Torbalı - İzmir - Turkey
Phone: +90 232 254 01 21 +90 232 264 37 51
Fax: +90 232 237 21 27
info@toper.com

cafemino.com



MİNİ KAVURUCU

MINI ROASTER

Cafemino®



hotel & restaurant & hi-tech



Oteller renovasyon için düğmeye bastı!

Turizm dünyada rekabetin en yoğun yaşandığı sektörlerden biri. Bu artan rekabet ortamının gereği olarak sektörü ayakta tutacak, devamlılığını sağlayacak, yeni kaynak ve pazarlar ortaya koyacak zorunluluklardan biri de şüphesiz renovasyon yatırımları. Salt eskiyen ve yıpranan alanları sil baştan yenilemek değil; dünyadaki değişen trendlere, toplumsal ve teknolojik gelişmelere uyum sağlayarak… Hizmet kalitesi kadar fiziksel yenilemeleri de projenin bir parçası ve amacı olarak görerek… Renovasyonu öylesine bir alternatif olmaktan çıkarıp zorunluluk gibi algılamaya başlayarak…
Bu sayımızda turizmin geleceği olarak gördüğümüz "renovasyon"u turizm profesyonelleri ve ana tedarikçilerinin ağzından, iki farklı bölümde, pazara ilişkin değerlendirmeler ve röportajlar eşliğinde sayfalarımıza taşıyoruz.

Bir büyük şehirde bulabileceğiniz her türlü konfor ve imkanı en sorunsuz ve ucuza bulabileceğiniz bir şehir, Samsun. Kalabalık yok, trafik yok, şehir keşmekeşinden son derece uzak ve huzur veren! Sadece bunlar da değil; şehir içinde yol alırken sağlı sollu reklam tabelalarının yoğun bombardımanına maruz kalmıyorsunuz. Ne Shell'in ne Ford'un, 17 ilçeli Karadeniz şehrinde uluslararası şirketlerin bile reklam panolarına müsaade yok! Samsun Büyükşehir Belediyesi'nin hayata geçirdiği her yeni proje şehrin çehresini değiştirmek için incelikle işlenmiş adeta.
Samsun alt yapısı ve donanımıyla turizm yatırımlarına hazır ve nazır, uzun lafın kısası! Sadece Karadeniz'e talip yatırımcılarını ve turizm ekonomisini kalkındıracak yerli ve yabancı ziyaretçilerini bekliyor, elçiye zeval olmazmış…

Emel Arslan Güryıldız, yeni kurumsal iş birlikleri ve yenilikçi projelerin hayata geçirilmesinde, etkin bir yönetim anlayışı sergileyerek, USLA'nın son dönemde önemli bir atılım gerçekleştirmesine öncülük etti. İş hayatına, özel sektörde İç Denetim Uzmanı olarak başlayan ve çeşitli şirketlerde farklı yönetim kademelerinde görev alan Güryıldız, Sabancı Grubu'nda, Finans ve Oryantasyon yöneticiliği görevlerinde bulundu. Kamu sektöründe de, bir süre Bütçe Uzmanı olarak çalışan Güryıldız, daha sonra özel sektöre döndü ve USLA'daki CEO'luğunun öncesinde, SBK Holding Finans Koordinatörlüğü görevini yürüttü. Güryıldız'ın başarılı iş yaşamı ve Usla Akademi ile ilgili 2018 planlamaları iş'te kadın bölümümüzde sizlerle…

Küçük ve haşarı bir çocukken bir türlü sevememiş okula gitmeyi de ders dinlemeyi de... En büyük hayali büyük bir şef olmakmış çünkü. Kim sorsa "Merak etmeyin ben nasıl olsa şef olacağım" dermiş, başka bir şey söylemezmiş. Sunset Grill & Bar'ın deneyimli şefi Fabrice Canelle böyle başlıyor, 42 yıllık mutfak serüveninin o ilk dönemlerini anlatmaya. Ya sonrası? Şef'in gözünden bölümünde ağırladığımız Canelle'nin zorlu ve eğlenceli mutfak öyküsünü de bu sayımızda bulabilirsiniz…

Keyifli okumalar dilerim…

Hatice Ünal Bilen

İmtiyaz Sahibi
İSTMAG MAGAZİN GAZETECİLİK İç ve Dış Tic.Ltd.Şti. Adına **H. FERRUH IŞIK**

GENEL MÜDÜR **MEHMET SÖZTUTAN** *mehmet.soztutan@img.com.tr*

SORUMLU MÜDÜR **YUSUF OKÇU** *yusuf.okcu@img.com.tr*

YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ **HATİCE ÜNAL BİLEN** *hatice.unal@img.com.tr*

YAYIN DANIŞMANLARI **Prof. Dr. HÜSNÜ GÜNDÜZ**
Prof. Dr. İSMAİL KAYA
Doç. Dr. MURAT DOĞDUBAY
GÜRKAN BOZTEPE
Gastronomi Turizmi Derneği Başkanı
TEZER ÖNER
Agon Danışmanlık / Gayrimenkul ve İşletme Yatırım Danışmanı
TURGUT AY
Türkiye Aşçılar ve Şefler Federasyonu Başkan Yrd.

REKLAM KOORDİNATÖRÜ **EMİR ÖMER ÖCAL** *emir.ocal@img.com.tr*

CONSEPT TASARIM **BERKAN KESGİN** *berkan.kesgin@img.com.tr*

BİLGİ İŞLEM **Emre YENER** *emre.yener@img.com.tr*

FOTOĞRAF EDİTÖRÜ **Hakkı GÜNERKAN** *hakki.gunerkan@img.com.tr*

KURUMSAL İLETİŞİM MÜDÜRÜ **EBRU PEKEL** **ebru.pekel@img.com.tr**

MUHASEBE ve FİNANS MÜDÜRÜ **MUSTAFA AKTAŞ** *mustafa.aktas@img.com.tr*

ABONE ve DAĞITIM **NURTEN DEMİR** *nurten.demir@img.com.tr*

CTP - BASKI **İHLAS GAZETECİLİK A.Ş.**
Merkez Mahallesi 29 Ekim Caddesi İhlas Plaza No:11 A/41 Yenibosna–Bahçelievler/ İSTANBUL
Tel: +90 212 454 30 00 Fax: +90 212 454 34 94
www.ihlasmatbaacilik.com

İRTİBAT BÜROLARIMIZ **BURSA +90.224 211 44 50-51**
KONYA +90.332 238 10 71

ADRES **Evren Mah. Bahar Cad.**
Polat İş Merkezi B Blok No:1 Kat:4
Güneşli-Bağcılar/İstanbul
Tel: +90 212 604 51 00
Faks: +90 212 604 51 35

website
www.hotelrestaurantmagazine.com
e-mail
info@img.com.tr



KAMSAN

MASA & SANDALYE

RESTORAN
KONUT
OTEL-OFİS
BAR&CAFE
PROJE
UYGULAMA



YARATICI,YENİLİKÇİ,SIRADIŞI TASARIMLAR...







Yeniceköy mah.Akıncılar cd.
No:6 Taksim:1
(Bursa-İnegöl Karayolu 4.km)
Tel:0224 714 06 29/28
www.kamsansandalye.com
e-mail:kamsan@kamsansandalye.com

içindekiler


46


48

dosya


50

www.hotelrestaurantmagazine.com

Google play · App Store



gastro aktüel

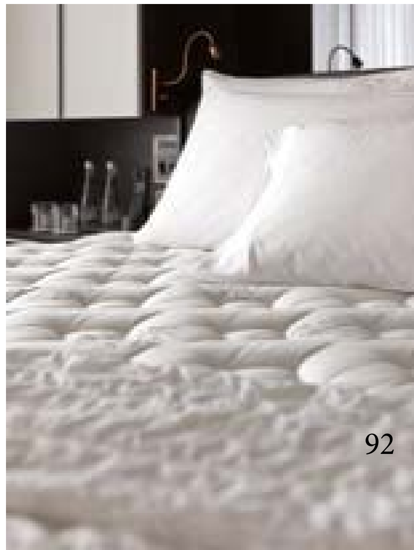
fuar

yeni mekan



gustonun yorumu

hotel-tech





ürünler



Rus turistlerden “Kültür Kayağı” projesine yoğun ilgi



Odeon Tours, kayak sezonu boyunca, her Cuma günü "Moskova'dan Kayseri'ye" direkt charter uçuşu düzenliyor. Her uçak ile gelmekte olan yaklaşık 220 kişi, 7 gece boyunca, Kayseri'de kayak ve Kapadokya turu yapıyor. Rus turistlerden "Kültür Kayağı" projesine yoğun ilginin olduğunu kaydeden Artaş Grubu Turizm Yatırımları Koordinatörü Recep Arifoğlu, şunları söyledi: "Rusya'dan gelen misafirlerimiz, 7 gün boyunca hem Kayseri ile Kapadokya'nın tarihi ve kültürel zenginliklerini keşfediyorlar, hem de Erciyes Kayak Merkezi'nde kayak fırsatı yakalıyorlar. Odeon Tours'un 29 Aralık 2017 tarihinde başlattığı ve talebin yüksek olduğu "kültür kayağı" projesine, önümüzdeki dönemde yurtdışında farklı destinasyonlardan carter uçuşları eklenmeye devam edebilecektir." dedi.



Artık turizm sektörünün bir PR Ajansı var: Travel PR

Sarp Özkar, 25 yıllık turizm deneyimi ve 12 yılı aşkın Medya İletişimi-Marka Yönetimi tecrübeleri sayesinde, sadece turizm sektörüne hizmet verecek olan Travel PR medya iletişim ajansını kurdu. 2015 yılında vizyoner bir bakış ile hayata geçirdiği Only Travel Marketing ile turizm sektörüne pazarlama çözümleri sunarak çalışmalarına devam ederken, Travel PR'ı da hayata geçirdi. Şirket, Turizm terminolojisine hakim ve turizmciyi en iyi anlayan PR Ajansı mottosuyla sektöre hak ettiği medya iletişim hizmetlerini sunmak üzere faaliyete geçti. Travel PR'ın mevcut müşterileri arasında; Avrupa'nın en büyük Cruise firması MSC Cruises, bir ILab Holding şirketi olan Türkiye'nin otel arama motoru Neredekal.com, dünyanın en iyi havayollarından olan Singapore Airlines, Türkiye'nin önemli seyahat pazarlama zirvelerine imzasını atan Uzakrota, defalarca dünyanın en iyi havalimanı seçilen Changi Airport, Singapur Turizm Ofisi ve Malezya Turizm Ofisi gibi global firmalar yer almakta.

Sheraton İstanbul Ataköy Hotel’de yıldızlı geceler

Sheraton İstanbul Ataköy Hotel, Türkiye'nin müzikte en güçlü yorumcularını Yıldızlı Geceler ile sevenleriyle buluşturmaya hazırlanıyor. Otelin Balo Salonu'nda Şubat ayından itibaren başlayacak sanat etkinliğinde sevilen sanatçılarla unutulmaz akşamlar yaşanacak. Türk müziğinin güçlü isimleri Cengiz Kurtoğlu, Ümit Besen, Altay, Zara, Eda & Metin Özülkü, Yeşim Salkım, Ferda Anıl Yarkın'dan oluşan Çılgınlar Kulubü ve Serkan Kaya Sheraton İstanbul Ataköy Hotel'de sahne alarak müzik ziyafeti yaşatacak. Konserlerin ilki 2 Şubat Cuma günü başlayacak. Taverna müziğinin önemli isimlerinden Cengiz Kurtoğlu sevenleriyle buluşacak.





Wyndham Grand İzmir Özdilek ekibi 2018 hedeflerini belirledi

Wyndham Grand İzmir Özdilek, çalışanları için güzel bir geceye ev sahipliği yaptı. Tüm ekibin doyasıya eğlendiği ve yorgunluk attığı gecede Wyndham Grand İzmir Özdilek Genel Müdürü Funda Çam başarılı geçen bir sezonun değerlendirmesini yaptı. Her şeyden önce kaliteye önem veren bir ekip olduklarını ve TSE ve meçhul müşteri denetlemeleriyle sundukları hizmeti en üst seviyede tutmayı başardıklarını aktaran Çam, "Başarılı geçen 2017 yılı boyunca konaklayan, düğün, nişan, toplantı ve kongre organizasyonlarını gerçekleştiren misafirlerimizden ve şirketlerden gelen teşekkür mektupları bizim motivasyon kaynağımız. Böylesine önemli ayrıntılar benim ve ekibim için daha neler yapabiliriz sorusunu aklımıza getiriyor. Dolayısıyla herkese özverili çalıştığı için çok teşekkür ederim" dedi.

D-Marin, Karadağ'ın yeni gözdesi Portonovi Marina'nın işletmeciliğini aldı

Geliştirdiği yenilikçi stratejilerle marina ve yatçılık sektöründe büyüme ve iş ortaklarına değer yaratma misyonuyla faaliyetlerini sürdüren D-Marin, Karadağ'da bulunan Portonovi Marina'nın işletmeciliğini üstlendi. Sektördeki deneyimi ve standartları belirleyen yönetim anlayışıyla D-Marin, marina işletmeciliği alanında yapacağı anlaşmalarla faaliyet alanını genişletmeyi hedefliyor.





"Erciyes'in her kapısı ayrı bir kayak merkezi"

Geçtiğimiz hafta sonu, yapılan güçlü yatırımlarla Türkiye'nin en gelişmiş kar sporları ve kış turizmi üssü haline gelen Erciyes'in her kapısında ayrı bir spor etkinliği düzenlendi. 4 ayrı kapısı bulunan Erciyes'in Develi Kapı Bölgesi'nde Avrupa Kar Voleybolu Kupası düzenlenirken; Hisarcık Kapı Bölgesi'nde Türkiye Kayak Federasyonu tarafından düzenlenen Alp Disiplini B Grubu Slalom Eleme Yarışları, Hacılar Kapı Bölgesi'nde Türkiye Dağcılık Federasyonu tarafından Dağ Kayağı Türkiye Şampiyonası düzenlendi. Aynı anda 3 ayrı önemli organizasyona başarıyla ev sahipliği yapan Erciyes, dünya standartlarındaki tesisleri ve pistleri ile global bir marka olma yolunda ilerlediğini kanıtlamış oldu.

EMITT Fuarı'nın açılış galası Lionel Hotel Istanbul'da gerçekleşti

EMITT Fuarı açılışı 24 Ocak Çarşamba akşamı Lionel Hotel İstanbul'un ev sahipliğinde muhteşem bir gala ile yapıldı. Ülke tanıtımına katkıda bulunmak amacı ile 75 farklı ülkeden kültür, kongre, etkinlik, sağlık, düğün, inanç, gastronomi turları organize eden 700 uluslararası seyahat acentesi ve tur operatörü ile aralarında Amasya İl Kültür ve Turizm Müdür V. Hakan Karaman, Amasya Ticaret ve Sanayi Odası Yk. Başkanı Murat Kırlangıç, Hindistan Konsolosu Subhash P. Gupta'nın olduğu galanın açılış konuşmasını yapan Travel Shop Genel Müdürü Murtaza Kalender yapmış oldukları sistem sayesinde sadece ülkemizi tanıtan ve tanıtmak isteyen acentecileri seçtiklerini belirterek "Dünyanın hiçbir fuarında 100'e yakın ülkeden, 700 tur operatörü ülkemizin tanıtımı için bir araya gelmez, neredeyse imkansızdır ama biz bunu EMITT için başardık" dedi. Gala'da ev sahibi olarak söz alan Lionel Hotel Pazarlama ve Satış Direktörü Burçak Atak Türk Turizm'i adına yapılacak tüm projelerde sektörün görüş, öneri ve taleplerine açık ve iletişim için her zaman ulaşılabilir olduklarını dile getirdi. "Siz partnerlerimiz, biz yöneticiler, ülke kamu ve paydaşları ile hepimizin beraberce yapacağımız aksiyonlar ile emeklerimiz karşılığını mutlaka bulacaktır." dedi.





Otel Tedarik Zinciri & Hijyen Forumu ve Sergisi'nin 6'sı 3 Mart'ta gerçekleşecek

Tüm Yiyecek İçecek Bölümleri Temizlik ve Malzeme Teminatçıları TUYİB Derneği, 3 Mart 2018 tarihinde İstanbul Haliç Kongre Merkezi'nde düzenlenecek olan 6. Otel Tedarik Zinciri & Hijyen Forumu ve Sergisi öncesi bir basın toplantısıyla etkinlik lansmanını gerçekleştirdi. Otel ve restoranların her türlü malzeme ve ihtiyacına cevap bulan Türkiye'nin en kapsamlı sektör etkinliğinin bu yıl altıncısını düzenleyeceklerini kaydeden Dernek Başkanı Erol Aydın şunları söyledi: "Turizm sektörünü ulusal ve uluslararası alıcılarıyla buluşturmak, yeni ticari bağlantılar kurmak, işbirliği fırsatlarını değerlendirerek firmaların gelişimine ivme kazandırmak, yeni müşterilerle tanışıp yeni fırsatlar yakalamak, özel oluşturulmuş bir platformda firma imaj ve prestijlerini güçlendirmek için birbirinden renkli etkinliklere ev sahipliği yapmaya devam ediyoruz. Etkinlik kapsamında otel ve restoranların gastronomideki hijyenik ortamların gerekliliği, hijyenik ürünlerin doğru yerde kullanılması ve şartları, yiyecek içecek ürünlerin sağlıklı ve hijyenik ortamlarda işlenmesi akademik uzmanlarımız tarafından bilgi aktarılacaktır."



Özgün tasarım, usta işçilik

ZAMANSIZ TASARIMLAR



www.jumbo.com.tr - /jumboturkiye

Cem Lale, Wyndham Grand Europe Hotel'e veda etti

Turizm sektörünün tecrübeli isimlerinden Cem Lale, Wyndham Grand Europe Hotel'deki Genel Müdürlük görevinden 31 Ocak itibariyle ayrıldı. Yaklaşık 3 yıldır çalıştığı oteldeki görevinden kendi isteği doğrultusunda ayrıldığını belirten Lale, "2015 yılında genel müdür olarak göreve başlamış olduğum Wyndham Grand Istanbul Europe Hotel'den, 31 Ocak 2018 tarihinde şahsi tercihimle ayrıldığım. Bu vesileyle görevde bulunduğum süre boyunca bana destek veren tüm çalışma arkadaşlarıma, yatırımcılarıma, acentalara, tur operatörlerine ve değerli şirket yöneticilerine bir kez daha teşekkür ediyorum" dedi.



Wyndham İstanbul Airport Otelleri'nin Genel Müdürü Orhan Genceli oldu

Orhan Genceli, Adalet Turan Turizm'in 4'ü bir arada yatırımları olan iki otel, sağlık ve spor kompleksinin, 15 Ocak 2018 tarihi itibariyle Tryp by Wyndham İstanbul Airport ve Hawthorn Suites by Wyndham Otelleri ile spor ve sağlık kompleksinin yeni Genel Müdürü oldu.
Atanma ile ilgili açıklama yapan Orhan Genceli, yurt dışındaki benzer bir otelin açılışını yaptıktan sonra, ülkemizde bu denli farklı hizmetlerin bir arada sunulduğu bu proje yatırımcısı Sayın Adalet Turan'ın daveti üzerine, özellikle oteli tanıdıktan sonra, farklı hizmet ve deneyim sağlayacak bir projede olmaktan heyecan duyduğunu belirtti.

Skal İstanbul 5 Mart'ta Seçimli Genel Kurulu ve Zincir Değişim Törenini gerçekleştirecek

Skal International İstanbul Kulübü tarafından her ay geleneksel olarak düzenlenen öğle yemeği 31 Ocak Çarşamba günü Le Meridien İstanbul'da üyelerin katılımıyla gerçekleşti. Skal International İstanbul Kulübu Yönetim Kurulu Başkanı Bahar Birinci, Yönetim Kurulu üyeleri Ata Eremsoy, Ayşe Önen, Selma Tatar, Can Arınel, Özen Kırant Yozcu ve kulüp üyelerinin katılımı ile düzenlenen öğlen yemeği Le Meridien İstanbul Genel Müdürü Uygar Koçaş'ın ev sahipliğinde yapıldı.
Skal International İstanbul Yönetim Kurulu Başkanı Bahar Birinci'nin konuşmasıyla başlayan öğle yemeği, yönetim kurulu ve üyelerin geleneksel Skal toast'uyla devam etti. Bahar Birinci konuşmasında: "2018 senesinin ilk Skal İstanbul Kulübü yemeğine hepiniz hoş geldiniz. Bu vesile ile öncelikle, Aralık ayındaki yıl partimize katılamayan dostlarımıza da çok güzel bir turizm yılı diliyoruz" dedi. Birinci ayrıca yakın tarihte gerçekleşecek seçimli Genel Kurul ve sonrasında Zincir Değişim Töreni duyurusunu da tekrarladı.





Türkiye yine dünyanın en çok ziyaret edilen ilk 10 listesinde!

BM Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), 2017 yılında dünyanın en çok ziyaretçi çeken 10 ülkesini açıkladı. BM Dünya Turizm Örgütü tarafından yapılan tahminlere göre, 2016'da ilk 10'dan geriye düşen Türkiye, 2017'de gösterdiği % 30'dan fazla yükselişle yeniden ilk 10 içindeki yerini alacak. Tahmini verilere göre Fransa 89 milyonla ilk sırada yer aldı. Onu; 82 milyonu aşan İspanya izledi. Turizmdatabank'ın haberine göre; 2017'de gerileyen tek ülke ise ABD oldu. Çin yerinde sayarken; İtalya, Türkiye, Meksika, İngiltere, Tayland ve Almanya turist sayısını artırdı.

Uluslararası Helal Turizm Derneği kuruldu

Son yıllarda revaçta olan muhafazakar otellerin gelişimini seyretmek için Antalya Valisi Münir Karaloğlu'nun ve MÜSİAD Antalya Şubesi'nin destekleriyle Antalya merkezli 'Uluslararası Helal Turizm Derneği' kuruldu. Buna göre dernek; helal turizmde standartların belirlenmesi, helal turizm ile ilgili tanıtım yapılıp farkındalık oluşturması ve yatırımcıların dikkatlerini bu pazara da çekerek ülkemiz açısından önemli ekonomik kazanımlar elde etmeyi hedefliyor. Derneğin kurucu yönetiminde yer alan Vizyon Turizm Yönetim Kurulu Üyesi Talha Çizmeci, derneğin amacının; helal turizm konusunda bilimsel çalışmalar yapmak olduğunu ve helal turizmde standartların belirlenmesi, helal turizm ile ilgili tanıtım yapılıp farkındalık oluşturması olduğunu söyledi. Ayrıca dernek olarak yatırımcıların dikkatlerini bu pazara da çekerek ülkemiz açısından önemli ekonomik kazanımlar elde etmeyi hedeflediklerini kaydetti.



Holidaycheck'ten Hilton Dalaman'a 6 kategoride ödül

Avrupa'nın önde gelen otel değerlendirme platformlarından HolidayCheck, 2018 yılının en iyi otellerini açıkladı. Dünya çapında 99, Türkiye'den ise ödüle layık görülen 18 otel arasında Hilton Dalaman Sarıgerme Resort & Spa da yer alıyor. Ege ve Akdeniz'in birleştiği noktada, misafirlerine doğanın içerisinde bir yaşam sunan Hilton Dalaman Sarıgerme Resort & Spa, 8 kategoride 900 bin turistin oylarıyla verilen Holiday Check ödüllerinde 6 kategoride en iyiler içerisinde yer alıyor. Hilton Dalaman Sarıgerme Resort & Spa, HolidayCheck ödüllerinde lüks otel, wellness, sahil oteli ve yüzmeyi sevenler için tatil, aile tatili ve balayı gibi tüm seyahat seçeneklerinde tercih edilen en iyi oteller içerisinde yer alıyor.

Eğlence sektörünün en iyi projeleri ödüllendirildi

Türkiye eğlence, etkinlik ve rekreasyon sektörünün ilk ve tek yarışması olan "Shining Star Awards' 18 Eğlence, Etkinlik ve Rekreasyon Ödülleri" bu yıl 5. kez gerçekleşti. Önemli bir ihtiyaca dönüşen eğlence – dinlence alanlarına ve etkinliklere yönelik gündem oluşturmak ve toplumsal, sosyal, kültürel ve ekonomik anlamda daha fazla değer katmak amacıyla düzenlenen Shining Star Awards, sektörün gelişmesine de katkı sağlıyor. Eğlence temalı tüm projeleri kucaklamak amacıyla 15 önemli kategoride gerçekleşen ödül töreninde 22 proje ödüllendirildi.





Troia müzesi Troia yılında açılıyor

Troia Ören Yeri'nin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 2018 'Troia Yılı' ilan edilmesinin ardından Toria Müzesi'nin de bu yaz ortasında açılacağı açıklandı. 5 bin yıllık geçmişe sahip antik kentin Kazı Başkanı Prof. Dr. Rüstem Aslan, konu ile ilgili olarak yaptığı açıklamada; " Bu yıl, antik kentin UNESCO Dünya Kültür Mirası Listesi'ne alınışının 20'nci yılı. Müzenin açılması bu önemli yıla denk geldi. Bakanlığın yapımını gerçekleştirdiği müzenin açılışı yaz ayları ortalarında yerli ve yabancı turistlerin ziyaretine açılacak. Ören yerindeki bilimsel kazıların, ören yeri çevre düzenleme ve bilgilendirme sistemi uygulamaları Bakanlığın izin ve maddi yardımlarıyla, İÇDAŞ firmasının ana sponsorluğunda kesintisiz bir şekilde devam ediyor. İÇDAŞ tarihi alanın bakım ve temizliğinin sağladı. Troia'ya yakışır bir modern kazı evi inşa edildi. Turistlerin ören yerini daha iyi anlamaları için Türkçe ve İngilizce broşürler bastırıldı. İngilizce bir Troia kitabı yayınlandı. Ören yeri çevre düzenleme projesi gerçekleştirildi. Bu çalışmalarda yeni dönemde ören yerinin ziyaretçi yolu ve bilgilendirme panoları tümüyle yenilecek, bir mobil bilgilendirme uygulamasının temeli de atılmış olacak. Ayrıca ören yerinde bedensel engelliler için biz gezi güzergâhı oluşturulacak" dedi

Samsun Karadeniz'e talip turizm yatırımcılarını bekliyor!



Atakum sahilinde 9 delikli golf sahasını 2016 yılında hayata geçiren Samsun Büyükşehir Belediyesi, uluslararası turnuvalara ev sahipliği yapmak için bu yıl ilave 9 delikli parkuru da turizme açmaya hazırlanıyor.

Bir büyük şehirde bulabileceğiniz her türlü konfor ve imkanı en sorunsuz ve ucuza bulabileceğiniz bir şehir, Samsun. Kalabalık yok, trafik yok, şehir keşmekeşinden son derece uzak ve huzur veren! Sadece bunlar da değil; şehir içinde yol alırken sağlı sollu reklam tabelalarının yoğun bombardımanına maruz kalmıyorsunuz. Ne Shell'in ne Ford'un, 17 ilçeli Karadeniz şehrinde uluslararası şirketlerin bile reklam panolarına müsaade yok! Samsun Büyükşehir Belediyesi'nin hayata geçirdiği her yeni proje şehrin çehresini değiştirmek için incelikle işlenmiş adeta.

2023'e kadar dünyanın düzenlenmiş kıyı kenti olmak gibi bir iddiası var

200 km'lik mesafesiyle Karadeniz'in en uzun sahil şeridine sahip şehri unvanını elinde tutan Samsun'un 2023'e kadar dünyanın düzenlenmiş kıyı kenti olmak gibi bir iddiası da var. Şehrin yıllarca kamuya mal olmuş mülkleri bile yakın zamana kadar Büyükşehir Belediyesi'nin yoğun çabalarıyla halkın hizmetine açılmış. Samsun'da palmiyeler eşliğinde denizi de yanınıza katarak yürümek ve hatta spor yapmak ayrıcalığını mutlaka yaşamak gerek!

Karadeniz'de golfün öncülüğünü yapıyor

Samsun, bir spor kenti de aynı zamanda. Geçtiğimiz yıl Samsun İşitme Engelliler Olimpiyatları'na ev sahipliği yapan şehir, dünyada deniz dolgusu yapılmak suretiyle Türkiye'nin en zor golf sahası parkurunu da sınırlarında tutuyor.
Turizm çeşitliliğini artırmak ve uluslararası golf turnuvalarına ev sahipliği yapmak amacı ile hayata geçirilen 300 dönümlük alan üzerinde kurulu 9 delikli golf sahası ve Samsun Golf Kulübü, 2016 yılında hizmete girmiş. Türkiye'nin en büyük ikinci golf sahası olarak öne çıkan Samsun Golf Sahası, deniz dolgusu ile oluşturulan alana yapılmış dünyanın ilk ve en büyük golf sahası... 1 yıl içinde 250 profesyonel golfçüye ve 3 müsabakaya ev sahipliği yapan saha, uluslararası müsabakalar ve golf turizmi için çalışmalara başlamış. USGA (United States Golf Association) standartlarına uygun olarak ünlü golf mimarı Kevın Ramsey'in tasarlandığı tesis, uluslararası turnuvalara ev sahipliği yapabilmek için bu yıl ilave 9 delikli parkuruyla golf severleri ağırlamayı hedefliyor.

Karadeniz'deki 9 mavi bayraklı plajın 7'si Samsun'da

Samsun, deniziyle de bir cevher. Karadeniz'deki 9 mavi bayraklı plajın 7'si



Samsun'da çünkü. 3'ü 5 yıldızlı 10'larca otele sahip şehir, deniz turizmine yönelik mavi bayraklı plajları, doğa turizmine yönelik Amazon ve Bayrak Tepe Tabiat Parkları ve Şahinkaya Kanyonu, kültür turizmine yönelik Amazon Köy ve Kurtuluş Yolu Projesi ile geçtiğimiz yıl 325.851'i yerli, 54.395'i yabancı olmak üzere toplam 380.246 turisti ağırlamış. Eşsiz doğası, zengin tarih-kültür mirası ve zengin mutfak kültürü ile yerli ve yabancı konukları kentlerine beklediklerini ifade eden Samsun Büyükşehir Belediye Başkanı Yusuf Ziya Yılmaz "Turizm dünyanın bütün şehirlerinin tercih ettiği ve para kazanmaya çalıştığı bir sektör. Türkiye'de Marmara, Ege ve Akdeniz Havzalarında yoğunlaşan ülke turizmini neden biraz da Karadeniz ve Orta Anadolu'ya çekmeyelim. 'Tarihimize sahip çıkıyoruz' sloganı ile tarih

turizmine yönelik imkan ve potansiyellimizi ortaya çıkararak, doğanın sunduğu güzelliklere yatırımlar yaparak, kültürel varlıklarımızı zenginleştirerek, gastronomi alanındaki zenginliğimizi fark ettirerek elimizi kaldırdık ve biz de varız dedik. Temiz, altyapı çalışmaları tamamlanmış, yürüyüş parkurları, şehir parkları, sahil şeridi tesisleri ile modern bir şehir yaptık, şık konaklama tesisleri ve restoran yatırımları yaptık." diye konuşuyor. .

Kızılırmak Deltası Kuş Cenneti UNESCO Dünya Mirası geçici listesinde…

Samsun Belediyesi'nin öncülüğünde uluslararası turizme kazandırılan Kızılırmak Deltası Kuş Cenneti'nin, 'Dünya Mirası Listesi'ne alınması için UNESCO ile ilgili çalışmalar devam ediyor. Yeryüzünün en verimli sulak alanlarından biri olan ve uluslararası Ramsar alanı da olan Kızılırmak Deltası, mikro ve makro faunanın çok yüksek üretim düzeyine ulaştığı bir alan. Göç sırasında Karadeniz'i doğrudan aşan kuş türleri için hayati önem taşıyan delta, bu kuşların uçuş hazırlığı ve uçuş sonrası dinlenebildikleri, beslenebildikleri ve korunabildikleri tek alan. Muazzam bir biyolojik çeşitlilik barındıran ve büyük bölümü milli park statüsünde koruma altında bulunan delta içindeki Kuş Cenneti bünyesinde; 1.100 kuş türü yaşarken, bu türlerin yüzde 40'ı yani yaklaşık 460 çeşidi Türkiye'de belirlenmiş. Bu kapsamda kuş cennetini ulusal ve uluslararası turizme kazandırmak ve ekolojik koruma amacı ile gerekli bakım ve müdahale ünitelerini oluşturulmuş. Yapılan alt yapı ve koruma yatırımları ile Samsun Kızılırmak Deltası, UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesi'ne adaylık sürecini tamamlayarak, UNESCO Dünya Miras Merkezi'nin resmi web sitesinde geçici listedeki yerini de aldığı bildiriliyor.

Milli mücadele ruhu 'Kurtuluş Yolu Projesi' ile yaşatılacak

Milli mücadeleyi başlatmak için 19 Mayıs 1919'da Kurtuluş Savaşı'nın ilk adımını Samsun'da atan Gazi Mustafa Kemal Atatürk'ün, Kavak, Havza ve ardından Amasya'ya uzanan ilk yolculuğunun gün ışığına çıkarılması için, Samsun Büyükşehir Belediyesi 'Kurtuluş Yolu Projesi'ni tasarlanmış. Atatürk'ün, kurmaylarıyla birlikte Amasya sınırına kadar geçtiği tarihi yol ve güzergâh üzerindeki kültürel eserleri gelecek kuşaklara aktarmak için Samsun'dan Havza'ya, oradan da Suluova üzerinden Amasya'ya gittiği güzergâh turizm ögesi haline getirilecek. Belediye'nin yürüttüğü çalışmalar sonucu



rota üzerinde yer alan menfez, köprü, han, sanat yapıları ve 1919'dan günümüze ulaşan konut kalıntıları tespit edilerek, koruma altına alınmış. Yakın gelecekte hayata geçirilmesi planlanan Kurtuluş Yolu Projesi ile Samsun'un tarih turizmine yönelik yatırımlarına bir yenisi eklenecek.

Amazon Köyü'ne 103.254 ziyaretçi…

Samsun Büyükşehir Belediyesi ile 19 Mayıs Üniversitesi tarafından hayata geçirilen Amazon Köyü, 2017 yılında ulaştığı 103.254 ziyaretçi ile Samsun'a gelen turistlerin uğrak noktaları arasında. Amazon Adası içerisinde yer alan 2.5 dönümlük Amazon Köyünde, efsaneye göre, Samsun'un Terme ilçesi Gölyazı Beldesi'nde yaşadıkları tahmin edilen amazon kadınlarının yirminin üzerinde heykeli bulunuyor. İsmini Temiskira'da (Terme) yaşadıkları düşünülen Amazonlardan alan yapay köyde, anaerkil bir toplum olan amazonların temsili heykeller, kabartmaları, günlük yaşamlarından kesitler ve eşyaları yer alıyor. Amazon savaşçısı heykeli, 12.5 metre yüksekliğe ve 4 metre genişliğiyle Samsun'un pek çok noktasından görülebiliyor.

Zengin yemek kültürüyle gastronomi turizmi gelişiyor

Samsun doğal güzellikleri ve tarihi zenginlikleri ile olduğu kadar, mutfak kültürüyle de öne çıkıyor. Tarih boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapan coğrafyada mısır, fasulye, lahana ve pancar hala önemli bir tüketim malzemesi. Samsun Belediyesi, gastronomi turizmine yönelik 'içinde yaşadığın güzelliklerin farkına var' sloganı ile Samsun'un yöresel otlarını ve ot yemeklerini tanıtmak amacıyla her yıl 'Samsun Yöresel Ot Yemekleri Festivali' düzenliyor. Festivalin amacı yarışmaya katılan yemeklerin tariflerinin bir kitapta toplayarak, gelecek kuşaklara kalıcı bir kaynak bırakmak. Samsun denince akla gelen en leziz tatlardan biri de Bafra Pidesi. Samsun Belediyesi, Türk mutfağında Bafra'ya özgü tescillenen Bafra pidesinin turizm açısından önemini ortaya koyuyor ve



Bafra pidesinin turistik tanıtımına yönelik çalışmalar sürdürüyor.

Rus Havayolları direkt uçuşlara başladı

Samsun'un turizm varlıkları açısından zenginleştirilmesi ve bu varlıkların ortaya çıkarılması için yapılan yatırımların yanında konaklama ve hizmet merkezlerinin çoğaltılması yönünde de yatırımlar yaptıklarını ifade eden Yılmaz, "Turizmde başarıya ulaşmanın en önemli alanlarından biri nitelikli konaklama yeterliliği ve hizmet kalitesinin artırılmasıdır. Şu anda 5 yıldızlı ulusal ve uluslararası oteller kentimizde yatırım yaptı. Restoranlarımız, kafelerimiz ve hizmet noktalarımız son derece şık ve başarılı konseptler ile hizmet veriyor. Mavi bayraklı 7 plajımız ile şehrin her noktasından denize girilebiliyor. İl ve ilçeler çok değerli doğa ve kültür varlıkları ile zengin bir turizm çeşitliliğine sahip. Turizme önemli yatırımlar yaptık sıra pazarlama aksiyonlarında. Bu amaçla ulusal ve uluslararası fuarlara katılıyoruz, tanıtım günleri yapıyoruz. Körfez ülkeleri, Arap Yarım Adası, Rusya, Bulgaristan ve Ukrayna hedef pazarlarımız. Buralardan direkt uçuşlar için görüşmeler yapıyoruz. Rus Havayolları direkt uçuşlara başladı" diyor.







Bentour Reisen Türk Alman dostluğunu sahiplendi ekonomik katkıyı 2. plana attı

Türk – Alman ilişkilerinin düzelmesi için harekete geçen Bentour Reisen, Başbakanlık himayesinde Antalya Belek'te gerçekleşen organizasyonda karşılıklı diyaloğun sürmesi için destek vermeyi sürdüreceklerini açıkladı, "Bizim için durumun ekonomik katkısı ikinci plandadır" dedi...



T. C. Başbakanlığı himayesinde Almanya'nın önemli medya mensupları Kültür ve Turizm Bakanı Numan Kurtulmuş, Dış İşleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu, Antalya Büyükşehir Belediye Başkanı Menderes Türel ve Türk Hava Yolları CEO'su İlker Aycı ile bir araya geldiler. 9-11 Ocak tarihleri arasında Regnum Karya Golf & Spa Resort'te gerçekleşen organizasyona Türkiye turizmini temsilen Bentour Reisen CEO'su Deniz Uğur da katılım sağlayarak, Türkiye turizmiyle ilgili bilgi ve fikir alışverişinde bulundu.
Karşılıklı görüşmelerde Almanya ve Türkiye'nin geçmişe dayanan tarihi dostluğu da göz önünde bulundurularak iki ülke arasındaki iletişimin tekrar daha iyi seviyelere taşınması tüm katılımcıların birleştiği ortak düşünce olurken, Bentour Reisen bir Türkiye spesiyalisti olarak siyaset ve ekonomi dünyasındaki temsilcilerin arasındaki iletişimin destekçisi olarak öne çıkıyor.

Uğur: "Ekonomik katkı bizim için ikinci planda"

Organizasyon kapsamında konuşma yapan Bentour Reisen CEO'su Deniz Uğur, "Temennimiz bu sağlanan diyaloğun tarafların birbirlerine olan karşılıklı anlayışı artırması. Bir tur operatörü perspektifinden baktığımızda sağlıklı iletişimin ülkemize daha çok turist gelmesinde etkili olacağını düşünmekteyiz. Bizim için her şeyden önemlisi, iki ülke arasında tarihi dostluğu desteklemek. Bu durumun bize sağlayacağı olası ekonomik katkısı ikinci plandadır" sözleriyle görüşlerini paylaştı.

Bentour Reisen, bu yıl da etkili iletişim ve iş birliklerini sürdürecek

Kriz dönemlerinde yüksek bir kararlılıkla Türkiye'de gerek Comedy Night Show gerekse çeşitli basın tanıtım, gezi ve organizasyonları ile Türkiye turizmi ile ilgili uzun vadeli şirket politikalarını ortaya koyan Bentour Reisen, bu yıl da turizm medyası ve seyahat acentalarına yönelik info gezilerini aynı hızla sürdürecek. Görüşmeler esnasında Ocak ayında 2018 yılının ilk yarısında düzenlenecek olan organizasyonların tarihlerinin de kamuoyu ile paylaşılacağı bilgisi aktarıldı.
Partnerlerinin Türkiye'ye dair izlenimlerinin Bentour Reisen için yüksek önem arz ettiğini kaydeden Uğur, "Acenta ve basın mensuplarının katılımı ile gerçekleşen yüksek kalite anlayışı ile çeşitli bölgelere düzenlediğimiz bu tanıtım gezileri doğru izlenimler için en iyi temeli oluştururken, aynı zamanda da insanları birleştirmektedir. En güzel tarafı da bu zaten" şeklinde sözlerini tamamladı.



Turizm sektörünü güçlendirmek için en önemli adım 'Meslek Yasası'



11. Kalkınma Özel İhtisas Komisyonu'na katılan Turizm Otel Yöneticileri Derneği (TUROYD) 16 maddede turizm meslek yasasının çıkartılması konusunda çözüm önerişimde bulundu. Yasayla birlikte sektörün turizm alanında belirli kriterlere sahip olmayan yatırımcı ve yöneticilerden arındırılması hedefleniyor.

Geçtiğimiz yıllarda başlayan ve günümüzde de devam eden turizmdeki kötü gidişe bir son vermek adına çözüm yolları aranmaya devam ediliyor. Terör sorunuyla başlayan ve dış ilişkilerdeki bozulmalar devam eden süreçte kısa vadeli atılan adımlarla bir toparlanma yaşansa da konunun sorunu daha derinlere dayanıyor. Uzun yıllardır uygulanan yanlış turizm politikaları, sadece deniz turizmine odaklanılması, kongre turizmini geliştirmek için doğru iş birliklerinin kurulamaması… gibi pek çok etkenden kaynaklanan sıkıntıları çözebilmek adına derinlemesine bir analize girişilmesi gerektiği pek çok uzman tarafından kabul ediliyor. Geçtiğimiz yıl Nisan ayında kurularak, 2000'e yakın turizm profesyonelini çatısı altında toplayan Turizm Otel Yöneticileri Derneği kısa sürede yaptığı girişimlerle sektörde adından söz ettiriyor. Turizmin sorunlarının sektör profesyonellerine danışılması gerektiğini savunan dernek; turizmdeki kötü gidişe bir son vermek için sorunların kökenine inmek gerektiğini vurguluyor. Uzun bir süredir yatırıcının yön verdiği turizm sektörünü en iyi turizm profesyonellerinin tanıdığını ve sektörü A'dan Z'ye analiz edebilme yeteneğine sahip olduklarını belirten TUROYD; turizmdeki sorunların giderilmesi adına kapsamlı bir çalışmaya imza attı. TUROYD'a göre turizmde kötü gidişe bir son demek için atılması gereken en önemli adım "Turizm Meslek Yasası'nın çıkartılması.

Aksu: "Bu resmen turizm sektörünün intiharıdır"

11. Kalkınma Komisyonu'nda konuşan TUROYD Başkanı Ali Can Aksu; "Bugün pek çok mesleği yapabilmek için bir yeterlilik belgesine sahip olmak gerekirken turizm sektöründe böyle bir gereklilik olmaması pek çok sorunun ana kaynağı. Sanayici ya da inşaatçı bir iş adamının dışarıdan bakıldığında oldukça karlı gözüken turizm sektörüne yatırım yapmak istemesi pek tabi anlaşılabilir. Fakat turizm sektörünü tanımayan, bu alandaki uzman kişilere danışmadan yatırım yapan bir iş adamının başarılı olmasını beklemek hayal olur. Bugün pek çok yatırımcı yanlış lokasyonlarda, yanlış tanıtım ve yanlış yönetim ile turizm tesisleri açıyor. Bir de son yıllarda bu tesislerin başına, finanstan anladığı için muhasebeciler ya da akrabalık ilişkileri olan kişiler müdür olarak getiriliyor. Bu resmen turizm sektörünün intiharıdır" dedi. Meslek yasasının gerekli olduğunun altını çizen Aksu; turizme yıllarını vermiş, sektörün bütün dinamiklerine hâkim profesyonellerin sektörde söz sahibi olabilmesi adına yasasının ivedilikle çıkarılması gerektiğini belirtti.

Turizmdeki beyin göçünün engellenmesi hedefleniyor

Ali Can Aksu meslek yasası haricinde 16 maddeden oluşan çözüm önerilerini de sundu. Bu öneriler arasında diğer dikkat çeken ise, turizmdeki beyin göçünün engellenmesi… Ülkemizde turizm otelcilik bölümlerinde okuyan gençlerin pek çoğu sektörün gidişinden endişe duyarak ya yurtdışı alternatiflere yönelmekte ya da en acısı kendi mesleklerini yapmamaktadır. Bugün turizm otelcilik bölümlerinden mezun olan pek çok genç istihdam sorunu sebebiyle kendi meslekleri harici alanlarda çalışmakta. Bu da sektörde kalifiye personel sorunu yaratmaktadır. Konu hakkında konuşan Ali Can Aksu "Türkiye'den dünyanın her noktasına üst ve orta düzey yönetici ihracatı yapmış olmamıza rağmen bu beyin göçünden Türk turizminin yararlanmaması olumsuzluğa neden oluyor. Türk turizmi kalifiye eleman bulmakta zorlanırken, gençlerin turizme güven kaybı gözlemlenmektedir. Turizmde beyin göçü diye addettiğimiz konu çok önemli olup, bunun başlıca kaynağı yaşanan krizlerde yatırımcının ekonomik ve iktisadi önlemlerinin başında personel ve eleman kıyımı yer almaktadır. Turizm çalışanının maalesef hiçbir sendikal hakkı ve meslek yasası olmadığından dolayı bu konu Türk turizmine büyük zararlar verip gençlerin bu sektöre olan inançlarını yok etmektedir" dedi.







22. EMITT Fuarı %55 büyümeyle 54.364 ziyaretçiyi ağırladı

Bu yıl 22. si düzenlenen EMITT - Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı'na 85 ülke katılırken toplamda 54.364 ziyaretçi sayısına ulaşıldı. Geçen yıla göre katılımcı bazında %55 büyüme kaydeden fuar, 7.000'in üzerinde onaylanmış randevu ile bir dünya rekoruna da imzasını atmış oldu.

ITE Turkey tarafından T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı, İstanbul Büyükşehir Belediyesi ve Türk Hava Yolları'nın kurumsal sponsorluğunda, KOSGEB'in desteğiyle ve Türkiye Otelciler Federasyonu (TÜROFED) ve Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği'nin (TTYD) iş ortaklığında TÜYAP Fuar ve Kongre Merkezi'nde bu sene 22'incisi düzenlenen EMITT, turizm profesyonelleri ile uygun fiyata en iyi tatil destinasyonlarında tatil planlamak isteyenleri ağırladı.
Fuarın açılışını T.C. Kültür ve Turizm Bakanı Prof. Dr. Numan Kurtulmuş, İstanbul Valisi Vasip Şahin, Birleşmiş Milletler Turizm Örgütü Eski Genel Sekreteri Taleb D. Rifai, Alman Turizm Sektörü Federal Birliği Başkanı Michael Frenzel, Türkiye Otelciler Federasyonu Başkanı (TÜROFED) Osman Ayık, Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği



Başkanı (TTYD) Oya Narin, ITE Group Bölge Direktörü Vincent Brain ve ITE Turkey Turizm & Seyahat & Moda Grup Direktörü Hacer Aydın gerçekleştirdi.



Aydın: "Bu sene katılımcı bazında %55 büyüme sağladık"

ITE Turkey Turizm & Seyahat & Moda Grup Direktörü Hacer Aydın, 22.'si düzenlenen EMITT ile ilgili yaptığı değerlendirmede şöyle konuştu: "Ülkemiz turizm sektörü ile EMITT ilk günden bu yana birbirine paralel bir büyüme göstermiştir. Turizm sektöründe 2017 yılında gözlemlenen hareketlenme EMITT'te de kendini gösterdi ve bu sene katılımcı bazında %55 büyüme kaydettik. Bu büyüme 2018'de turizm sektörü için hızlı bir yükselişin göstergesi olarak kabul edilebilir. Bu sene 7.000'in üzerinde onaylanmış randevu ile bir dünya rekoruna da imza attık. Bu randevuların yeni yatırımlara, yeni iş birliklerine vesile olacağına inancımız tam."

EMITT'e bu sene katılan ülkeler arasında A.B.D, Almanya, Arnavutluk, Azerbaycan, Bahreyn, Bangladeş, Beyaz Rusya, Birleşik Arap Emirlikleri Bosna & Hersek, Çin, Fas, Filipinler, Filistin, Fransa, Gine, Güney Afrika Cumhuriyeti Güney Kore, Gürcistan, Hindistan İran, İspanya İtalya, Japonya, K.K.T.C, Kıbrıs, Kırgızistan, Kosova Küba, Letonya, Lübnan, Makedonya, Maldivler, Moğolistan, Nepal, Rusya, Seyşeller, Sırbistan, Tayvan, Tunus, Özbekistan, Ukrayna, Ürdün Vietnam, Yunanistan, Zanzibar bulunuyor.

Gastronomi Turizmi 2 günlük panel konusu oldu

Katılımcıların iş hacimlerini artırma olanağı bulduğu fuarda; 60 bin metrekarelik alan üzerinde toplam 10 salonda, ülke pavilyonları, tatil destinasyonları, kış turizmi ve outdoor özel bölümleri, oteller, otel destek ürünleri, tur operatörleri ile acenteler yer aldı. Sektörel bir okul niteliği taşıyan EMITT Fuarı her yıl olduğu gibi bu sene de katılımcı ve ziyaretçilere turizm sektörünün gelişimine yönelik zengin bir içerik sundu. Fuar süresince 'Türkiye'de Seyahat Acenteciliğinin Geleceği', 'Dünyada Yeni Trend; Gastronomi Turizmi', 'Şehrin Pazarlamasında Gastronomik Marka Kentler Yaratılması', 'Yerel Kalkınma ve Turizm', 'Gelişmekte olan Pazarlarda Online Satış ve Gastronomide Farkındalık' konulu paneller katılımcılardan tam puan aldı. Panellerin yanı sıra katılımcı ülke ve şehirlerin birbirinden renkli etkinlikleri de ziyaretçilerin ilgi odağı oldu.

Bağlıkaya: "Mesleklerimize sahip çıkacağız"

Fuarın ilk günü Bahattin Yücel moderatörlüğünde "Türkiye'deki Seyahat Acentacılığının Geleceği" başlıklı düzenlenen panele, Site Turkey Başkanı Kerim Sipahiler, Ekar Tur'un Sahibi Zehra Sönmez ve Posta Gazetesi Yazarı Yazgülü Aldoğan katıldı. TÜRSAB Başkan adayı Firuz Bağlıkaya konuşmasında sektör olarak çağın gerisinde kalmamak için teknolojiye uyum sağlanması gerektiğinin önemine değinirken, bu alanda gelişim kat etmek için ellerinden geleni yapacaklarını ve mesleklerine sahip çıkacaklarını söyledi. Sektördeki haksız rekabet ortamının bir an önce ortadan kaldırılması gerektiğinin önemine de değinen Firuz Bağlıkaya, hava yolu şirketlerinin web sitelerinde seyahat acentalarından daha ucuza bilet satışı yapmalarını yasal yollarla engelleyeceklerini



belirtti. EMITT'in ikinci günü düzenlenen "Yerel Kalkınma ve Turizm" konulu panelin açılış konuşmasını yapan Urban Strategy Partners Kurucu Ortağı Dr. İrem Ayrancı Onay konuşmasında UNWTO (World Tourism Organization) rakamlarına dayanarak turizmin dünya ekonomisindeki yerini sektörün dünya GSYİH'nın %10'una, küresel ticaretin %7'sine ve her 10 işyerinden 1'ine karşılık geldiğini vurguladı. Avrupa Birliği Proje Uygulama Başkanı Bülent Özcan ise 'Avrupa Birliği'nin Sürdürülebilir Turizm ve Yerel Kalkınma Konularına Genel Yaklaşımı ve Destekleri' başlıklı konuşmasında, Turizm ve Yerel Kalkınma konularında AB'nin Türkiye'ye sağladığı mali yardımları, yerel yönetimler ve sivil toplum kuruluşları için proje fırsatlarını değerlendirdi.





EMITT - Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı 2018 Rakamları

Toplam Ziyaretçi sayısı: 54.364
Katılımcı Ülke Sayısı: 85
Yabancı Katılımcı: 1.065
Toplam B2B Randevu Sayısı: 7.000 +
Toplam Davetli Tur Operatörü: 600

Eski İl Kültür ve Turizm Müdürü Nedret Apaydın 'kültür elçisi' oldu



Kendisini İstanbul İl Kültür ve Turizm Müdürü görevindeyken "İstanbul turizmine sadece makamıyla değil, cani gönülden bağlı bir isim" olarak nitelemiştim pek çok kereler. "İstanbul'u gezin, görün, yaşayın" derken ki samimiyeti ve çabası buna bir ispattı da Müdürlük'teki vazifesine vedasının ardından kurucu başkanlığını üstlendiği İstanbul Kültür Elçileri Derneği, bu görüşümün tuzu biberi oldu adeta. Temmuz 2017 itibari ile oluşumunu resmen duyuran İSKED ile bu defa o çok tutkunu olduğu İstanbul'un kültür ve sanat yolculuğunda insanı dönüştürmek üzere kolları sıvayan eski İstanbul İl Kültür ve Turizm Müdürü Nedret Apaydın yanlış anlaşılmasın, bu dernekle sadece İstanbul'un kültür ve sanatına dokunmayacak; bir medeniyet beşiği olarak rol model aldığı şehir kültürü üzerinden tüm Türkiye'nin ve dünyanın kültür elçisi olacak!

Nedret Bey, İstanbul İl Kültür Turizm Müdürlüğü görevinizin sonlanmasıyla birlikte sizi bir süredir İstanbul Kültür Elçileri Derneği (İSKED) faaliyetlerinizle takip ediyoruz. Kurucu başkanı da olduğunuz derneğin çıkış noktasından ve faaliyetlerinden bahseder misiniz?

İstanbul Kültür ve Turizm Müdürü görevindeyken bilgilerimizin dışında bir de sahadaydık. O esnada bu işte ne kadar eksiğimiz olduğunu daha fazla anladım. Görev esnasında bir kültür sanat derneği kurmanın bir ihtiyaç olduğunu düşündüm. Türkiye'de 110 bin tane geçerli dernek var. Bu derneklerin sadece yüzde 5'i kültür sanat derneği. İstanbul'da 374 tane kültür sanat derneği var ama çoğu tabela derneği. Ben gittiğim her yerde soruyorum, diyorum ki, bana üç tane kültür derneği ismi söyler misiniz, insanlar söylemekte zorlanıyorlar. İşte bu bir ihtiyaç. Eleştirmek kolay, İstanbul'da bir şey yapmak için biz dedik ki, bir dernek kurmak lazım. Müdür görevimdeyken arkadaşlarımızla, çok iyi bir ekiple tüm hazırlıkları yaptık.

Çok iyi bir ekip derken o dönem kimlerden destek aldınız?

Daha ziyade protokol arkadaşlarımızdı. Kaymakamlar, belediye başkanı arkadaşlarımdı. Fakat görevden ayrıldıktan sonra protokolden ziyade hızlıca eyleme girişebileceğimiz arkadaşlarımızdan oluşan bir yönetim arzu ettim. Akabinde İstanbul İl Kültür Turizm Müdürlüğü görevimden ayrıldım ve resmi olarak Temmuz 2017 yılı itibari ile İstanbul Kültür Elçileri Derneği'ni kurduk. Çok hızlı büyüdü. Gerçekten benim tahminimden de çok iltifat gördü. Buradaki temel esasımız şuydu, İstanbul'da hepimizin şikayetçi olduğu bir insan kalitesi problemi vardı. Herkes eleştiriyor, herkes konuşuyor, herkes şikayet ediyor ama bu konuda bir şey yapıyor musunuz diye bir sormak lazım. Tam da biz bu konuda bir şey yapmak içi kurulan bir derneğiz.

"İSKED, araziye, sokağa, bizim insanımıza talip bir dernektir" Sözünü ettiğiniz "insan kalitesi" sorununu biraz daha somutlaştırarak anlatır mısınız?

İnsan kalitesi dediğimiz şey şu, derneğimizin sosyal medya hesapları ve web sitesinden de deklare ettiği üzere kuruluş amacı şu, bizim insanımızın hayatında nezaket, görgü, saygı, edep, kural, tiyatro, sinema, edebiyat gibi fevkalade önemli kavramların daha fazla yer almasını istiyoruz. Çünkü İstanbul kültürü dediğimizde asgari 20 tane böyle kriter meydana çıkıyor. Bizim insanlarımız birebir konuştuğumuzda çok iyi ama kamusal ve sosyal alanda maalesef hepimizi üzen ve şikayetçi olduğumuz davranışlar gündeme geliyor. Dedik ki, bu neden oluyor, nerede hata var, bizim nereye dokunmamız lazım? İşte İSKED, araziye, sokağa, bizim insanımıza talip bir dernektir.

Derneğimiz, biraz öncede söylediğim gibi alı ay gibi bir zamanda çok hızlı büyüdü. Süleymaniye'de ofisimizi açtık. Derneğin yönetim, denetim, danışma, gençlik, genel kurulunu oluşturduk. Beş tane kurul, 11 tane de komitemiz var. Beş kurulun esprisi şu, yönetim ve denetim kurulunun kanunen olması gerekir. Biz üzerine danışma kurulu ve genel kurulu dahil ettik. Danışma kurulu kendi alanında sektörde başarısını ispat etmiş insanlar, dostlara biz diyoruz ki, lütfen sizi de kurulumuza üye yapalım. Bu resmi bir üyelik değil. Onlara imza sorumluluğu vermiyoruz. Dolayısıyla bizim insanlarımız hangi kültür grubundan olursa olsun dernek ve vakıfa üyelik açısından son derece ürkekler. Bütün Türkiye'de yaşayan insanların yüzde 14 erkek, yüzde 11 kadın derneklere üye olmuş. Bütün nüfusumuzun yüzde 26'sı derneklere üye. Türkiye'deki derneklerin yüzde 65'i memleket, cami ve spor derneğinden oluşuyor. Dolayısıyla toplumu, şehri, insanı dönüştüren dernekler kültür sanat dernekleri. İşte tam bu noktada biz diyoruz ki, kültür sanat tek başına kültür sanat değildir. İnsanı dönüştüren, davranışlarını değiştiren çok önemli etki gücüne sahip değerlerdir.

Fotoğraf: Hakkı Günerkan

İnsanı dönüştürmek çok iddialı bir söylem. İSKED bu anlamda ne tür projelerin hazırlığında, biraz daha açabilir misiniz?

Çok iddialı evet ama ben çok uzun yıllardır kültür müdürüyüm, beraberinde de eğitimciyim. Bizatihi şunu özellikle ifade etmem lazım, cezaevi dahil eğitimin her alanında çalıştım. Kültürün her alanında çalıştım. Sokağı, insanımızı çok iyi biliyorum. Bu alan büyük bir ihtiyaç. Hem Cumhurbaşkanımız da söyledi, bu anlamda çok başarılı olabilmek için sivil toplum kuruluşlarına daha fazla gayret düşüyor diye.

Bizim bu noktada iddiamız şu, toplumda önce sorunları tespit edelim istedik. Örnek, İstanbul özelinde söylüyoruz ama şunu da özellikle belirtmeliyim, İstanbul Kültür Elçileri derken buradaki İstanbul kelimesi il anlamında değil, bir medeniyet anlamında İstanbul, bu çok önemli. Biz zaman içerisinde ki şu an da başladık, sadece İstanbul'da değil, tüm Türkiye'mizde hatta dışında da bu misyonumuzu sürdürme hedefindeyiz. Şu anda Ukrayna, İngiltere, Kosova, Makedonya'da da temsilcilikler açmaya başladık. Biz şunun iddiasındayız, İstanbul süzme bir medeniyettir, medeniyetin sonucu ortaya çıkmış bir davranış kalıbıdır. Bu medeniyetin içerisinde biz ve bizden önceki medeniyetler de var. Hepsi birleştiğinde çok güzel bir sinerji ortaya çıkıyor.

"Kültür dünyanın, insanlığın hafızasıdır"

Bizim tüm derdimiz, kültür dünyanın hafızasıdır diyoruz. İnsanlığın hafızasıdır. Bizler de İstanbul'da bizden önceki medeniyetlerin hepsini birleştiriyoruz, ortaya bir İstanbul kültürü çıkıyor. İşte biraz önce tarif etmeye çalıştığım nezaket, saygı, görgü, ilgi, kitap okuma, tiyatroya gitme gibi değerlerin hepsi İstanbul kültürünün içinde var.

Peki burada şunu soruyoruz, neden bugünkü insanlarımızın çoğu böyle değil? İlk olarak sorunu bir tespit edelim, ondan sonra neler yapabileceğimizi düşünelim. Sorunu tespit için birinci olarak hemen başladık. Bu şehirde mülteciler var. "Mülteci ve Şehir" diye uluslararası bir panel yaptık. Onların şehri olumsuz dönüştürücü etkisi var. Olumlu değil, olumsuz dönüştürücü etkileri var. Şehrin kültürünü bozmadan bu şehre nasıl uyum sağlarlar noktasında onlara yönlendirici olmak istiyoruz. İlk panelimizi Antep'te yaptık. Bu konuda muzdarip Türkiye'nin iki tane ili var; Antep ve İstanbul. Antep'in belediye başkanı ve valisi olmak üzere bütün üst düzey yöneticileriyle oturduk, konuştuk. Çok güzel, uluslararası bir panel yaptık. Şimdi İstanbul'da yapacağız. Antep'te şöyle de bir sonuç çıktı, onu da eklemek isterim, gelenler kendi istekleriyle gidene kadar bizim misafirimizdir. Hükümetimiz kalma hakkı verirse yine de bu ülkenin misafiridir. Ama önemli olan Antep, İstanbul kültürünün bozulmaması. Burada kendi kapalı devre gettonun dışında daha fazla kamuyla irtibatta olması lazım. Kamu nezdinde belediye başkanımız, valimiz, rektörümüz çok gayretliler, gözlerimizle gördük. Şimdi benzerini İstanbul'da yapalım dedik. Biz kamuya yol göstericiyiz, formatör gibi düşünün. Yapmalarını ümit ediyoruz, arzu ediyoruz. Sağ olsunlar hepsi de katılım gösterdiler.

İkincisi İstanbul'da 156 ülkeden 30 bin tane yabancı öğrenci var. Bu çocuklar üniversiteyi okuyorlar ve gidiyorlar. Biz diyoruz ki, bu çocuklar geldiklerinde kültür şoku yaşıyorlar, burada kapalı devre yaşıyorlar, gidince de irtibatını kesiyorlar. "İstanbul Kültür Elçisi" projemizi bu kapsamda İçişleri Bakanlığı'na sunduk, kabul ettiler, protokol imzaladık. Bu öğrencilere İstanbul kültürü, yemeği, tarihi, müziğiyle alakalı bir program hazırladık, yaklaşık 8 ayı bulan bir programdan söz ediyoruz. Ondan sonra modül modül devam edecek.

"İstanbul kültürüyle alakalı tüm eylemlerde söz sahibi olmak istiyoruz"

Mülteciler ve yabancı öğrenciler dışında bu "dönüşüm" projesi Türkiye'nin kendi halkları için nasıl işleyecek peki?

O kadar büyük bir şehirde yaşıyoruz ki, bırakın derneği vakfı, arkasında çok büyük gücü olan dernekler vakıflar bile bu işi çarçabuk kendi başına yapamaz. Devlet ve STK'lar bir arada yürümek zorunda. Dolayısıyla bizim burada önceliğimiz şu, kurduğumuz komiteler yoluyla bunların şehir kültürüne ve insan kalitesine etkisiyle alakalı senede en az bir tane rapor çıkartacağız ve o raporu Sayın Cumhurbaşkanımız, Başbakanımız, milletvekillerimizin tamamı ve STK'lara göndereceğiz. Bu konularda bir eylem, bir fikir, bir teori çalışması yapıyorsanız bizim fikrimizi alın. Biz bu konuda çok yetkin, yetişkin insanlardan oluşan komitelerimiz var. Dolayısıyla başta kamu olmak üzere başka kurumların da İstanbul ve İstanbul kültürüyle alakalı yapacakları tüm eylemlerde biz söz sahibi olmak istiyoruz. Bu iddiamız, ekibimize güvendiğimizden. Ekibimiz incelendiğinde kendi alanlarında çok iyi isimler.

Çok da geniş yelpazeli bir oluşum bildiğim kadarıyla. Ayrışmanın tartışıldığı bugünlerde bunca farklı statü ve kimliği bir araya getirmek zor olmadı mı?

İdeolojik, siyasi, etnik hiçbir ayrım gütmeden fevkalade geniş bir yelpazeden oluşuyor İSKED. Bizim için iki tane şart vardı, bir tanesi mesleğinde başarılı olsun ve İstanbul ile bizim insanımızla bir derdi olsun. Bunun için de gayret etsin. Dolayısıyla incelendiğinde toplumun her kesiminden, her renginden, bir araya gelmesi bile hakikaten zor olan, konuşması bile güç olan insanlar bir araya geldiler.

Bu dernek çok şaşırtıcı bir şekilde kiminle konuşsam evet böyle bir oluşuma ihtiyaç vardı düşüncesi hemen hemen herkesin gönlünden geçmiş. Bunun bir ihtiyaç olduğunun farkına varmış ama birisinin de ateşi yakması lazımmış. Benim de görevden kaynaklanan, devlet millet bunun için bize o makamlarda oturttu, bunun için maaş veriyor. Birisinin de çakmağı çakıp ateşi yakması lazımmış. Bu derneğe hiçbir arkadaşımız zorla üye olmuyor. Dernek bir gönüllülük işi. Bir akşam bir araya geldiğiniz zaman işten sonra 4-5 saat vaktinizi ayırıyorsunuz. Para vermiyorsunuz, bir makam vaat etmiyorsunuz. Dolayısıyla bugün 200 kişi, yarın 2 bin, 5 bin kişi ihtiyaç hissettiği için dernek böyle gidiyor. Derneğimiz çok kısa bir zamanda çok hızlı büyüdü. Gerçekten tanındı ama resmi bir tanıtım toplantısı yapmadık. 22 Mart'ta Swiss Hotel'de bir tanıtım toplantısı yapmayı planlıyoruz. Hem orada derneğimizi tanıtacağız hem projelerimizi anlatacağız. O günkü mottomuz "İstanbul Kültür Elçileri Buluşuyor" İstanbul Kültür Elçisi hisseden, bu konuda sorumluluk taşıyan herkes İstanbul Kültür Elçisi'dir. Bizim onlara kapımız sonuna kadar açık, bekleriz diyoruz. Herkese de ısrarla şunu tavsiye ediyorum: Bizim derneğimiz olması da şart değil, mutlaka dernek ve vakıflara üye olun, gayret edin, destek verin. Aksi takdirde eleştiri hakkınız olmaz, olmamalı."

Şu an üye sayınız nedir? Bu yıl sonu için neyi hedefliyorsunuz?

Şu an 200 üyemiz var. Her ne kadar farklı siyasi görüş, etnik kimlikten insanlardan oluşsak da belli bir kaliteyi yakalamış insanları bir arada tutmak lazım. Aksi halde bunca çeşitliliği saygıyı kaybetmeden bir arada tutmak son derece zor olur. O manada bugün bıraksak bir ay içerisinde derneğin üye sayısının bini geçeceğinden eminim. Çok seçerek, süzerek, tek tek bakarak, konuşarak, anlatarak bünyemize arkadaşlarımızı dahil ediyoruz. Dolayısıyla bu yılın sonunda bini aşmamasını arzu ediyoruz.



Ersin Yazıcı: "Bursa'nın nitelikli yatırıma ihtiyacı var"

"Bu yılki rakamları daha iyi bir seviyeye taşımak için tüm turizm dinamikleri yoğun bir çaba sarf ediyor. Bu yıl eğer 2017 gibi giderse oranların daha da yükseleceğine inanıyorum. Önümüzdeki üç senede de özlenen geçmişi yakalayabiliriz diye umut ediyorum."

Bursa şehir merkezinde beş yıldız konseptinde misafirlerini ağırlayan Almira Otel Genel Müdürü / Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı ve GÜMTOB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Ersin Yazıcı, Türkiye turizmini değerlendirdi; Bursa turizminin gelişmesine yönelik tespit ve önerilerini paylaştı. Bursa'nın nitelikli yatırımlara ihtiyaç duyduğunun altını çizen Yazıcı, "Kür merkezlerinin olduğu ve Bursa'ya değişik bir portföy katacak olan termal turizmi, sağlık turizmini, kongre ve toplantı turizmini destekleyecek otelleri doğru buluyorum" dedi.

Ersin Bey, genel bir bakış açısı ile Türkiye turizmini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Türkiye'nin 1,5 milyon civarında yatak kapasitesi bulunuyor. 2013 yılından 2016 yılına kadar yaşanan politik problemler, bölgemizdeki huzursuzluk geliştirdiğimiz bu pazarları kaybetmemize sebep oldu. Politik gerilimler nedeniyle turist sayısı %30-40 oranında azalmıştır. Son yıllarda yaşanan olumsuzluklar nedeniyle ülke olarak düşen bir trendimiz var. Bugün gelinen noktada ülkemiz için Uzakdoğu, Ortadoğu ülkeleri ve Rusya kurtarıcı ülkeler olarak devreye girdi. Türkiye güneşi daha az gören ve kültür turlarına önem veren Avrupa'dan gelen turist ile yatak kapasitesini dolduruyor. Uzakdoğu ülkeleri İstanbul'a ve ağırlıklı olarak kültür turlarına ilgi gösterdi. Antalya ise yerli turist, İran, Ortadoğu ve Rusya'dan aldığı turistlerle turizmde ayakta kalmaya çalıştı. 2014 yılında 34 milyar dolar turizm gelirimiz varken bu rakam 2017 yılında 26 milyar dolara gerilemiştir. Bu sebep ile yatırımcıların bu rakamları dikkate alarak yatırımlarını planlamalarını tavsiye ediyorum.

“Türkiye kaliteli turisti kaybetti”

Ülkemizin; Ortadoğu, Uzakdoğu ve Rusya’dan gelen turistler ile birlikte Avrupalı turistlere de ihtiyacı var. 2016 yılına göre 2017 yılında turizmde %20 ’lere varan bir hareketlilik görüldü. Bu hareketliliği daha çok Rusya’dan gelen turistler sağladı. Maalesef Uzakdoğu ve Ortadoğu bu açığı kapatamadı. Bu anlamda kan kaybeden turizm, diğer kan kaybını da ortalama oda fiyatlarında yaşadı. Ortalama oda fiyatlarındaki düşüş ile birlikte Türkiye kaliteli turisti kaybetti. Bu durum da ortalama oda gelirlerinde çok büyük hasara sebep oldu. Bu hasarı daha iyi görebilmek adına ülkemize bırakılan kişi başı gelirin dikkate alınması ve bu gelirlerin nasıl yukarı çıkarabileceğimizi düşünmemiz gerekiyor. 2014 yılında 828 dolar olan bu rakam 2017 yılında 650 dolar olarak gerçekleşmiştir.

“İstanbul’un turizmden aldığı pay arttıkça Bursa’da da turizm hareketleniyor”

Bu paralelde Bursa turizmine ilişkin neler söylemek istersiniz? Bölgeye ilişkin tespit ve önerileriniz neler olabilir?

Türkiye, mevcut yatak kapasitesini doldurmak için daha çok çalışmalı, ürün çeşitliliğini artırarak dünyada üst sıralara oynamalı. Ülke olarak zor bir süreçten geçiyoruz. Bu olumsuzluklardan ilk etkilenen sektörlerin başında da turizm geliyor. Mevcut yatak kapasitesinin daha fazla artırılmaması gerektiğini ve düşük fiyatlarla daha fazla yıpranmasını önlemek adına turizm yatırımlarını gözden geçirmekte fayda olduğunu düşünüyorum. Bursa’nın Türkiye turizminden aldığı pay %1 oranında ve bu oranı ağırlıklı olarak İstanbul üzerinden kültür turizmi ile gelen turistler ve Ortadoğulu turistler oluşturuyor. Yani Bursa başlı başına bir destinasyon değil. Bursa’nın ikinci büyük pazarı ise sanayisi. İş turizmi için Bursa’ya gelen yerli ve yabancı iş adamları otellerimiz için çok önemli bir payı oluşturuyor. İstanbul’un turizmden aldığı pay arttıkça bu durum Bursa turizmini de olumlu etkiliyor. Ayrıca; Aralık, Ocak ve Şubat aylarında Uludağ’a yakın illerden ve az da olsa yurt dışından gelen misafirler ile kış aylarında hareketlilik yaşanıyor.
Yurt dışından yeteri kadar turist alamıyorsak eğer; İstanbul, İzmir ve Ankara gibi yakın illere odaklanarak Türkiye içerisinde dolaşan turistleri değerlendirmeli ve onları Bursa’ya çekmek için çaba harcamalıyız.
Son 3-4 senedir BTSO ve TÜYAP tarafından fuarlara daha çok ağırlık verilmektedir. Fuar dönemlerinde Bursa’daki doluluk oranları %70’lerin üzerine çıkıyor. Aynı zamanda sadece oteller değil, fuarlardan bütün şehir faydalanıyor. Fuarlar, şehirleri tanıtan önemli ölçüde bir satış unsuru çünkü. Fuar için Bursa’ya gelen pek çok misafir bir sonraki gelişinde ailesiyle birlikte geliyor. Otelimizde kalan misafirlerden bu durumu net olarak görebiliyorum. Bunun yanında Ortadoğu, iş turizmi ve kültür turları dışında da turizm ürünlerimizi çeşitlendirmeliyiz.

“Bursa olarak termalimizi doğru pazarlayamıyoruz”

Bunula beraber Bursa’nın termal kaynaklar bakımından zengin olmasına rağmen bu potansiyelinin yeterince değerlendirilmediğini düşünüyorum. Bursa’daki otellerin termal turizmine göre projelendirilmediğini görüyoruz. Tüm oteller şehir oteli konseptinde hizmet veriyor.

“Biz bir Afyon değiliz, Afyon da olamayız”

Afyon’daki tesisler şehrin coğrafik özelliklerinden dolayı geniş araziler üzerine inşa edilmiştir. Afyon’da en son açılan otelin SPA’sının büyüklüğü 11 bin metrekare. Bu nedenle bu metrekarelerde Bursa’da sadece SPA yatırımı yapmak mümkün değildir. Afyon göz alıcı ve büyük tesisleri ile turistleri etkiliyor. Bursa’da ise daha çok şehir otelciliğini ve termali birlikte yaşatmaya çalışan otellerimiz mevcut. Bursa’daki oteller bu anlamda Afyon ile kıyaslanmamalı. Bizim lobilerimizde bornozla gezen misafir görmek çok zordur mesela, Bursa otellerinde SPA kullanımı daha çok günün stresinden yorgun düşen iş amaçlı gelen konukların 2-3 saatlik dinlenme unsuru olarak kullandığı aktivitelerdir.
Bursa turizmini destekleyecek belli bir konseptte oteller yapılması lazım. Sadece oda yatırımına değil, Bursa’nın nitelikli yatırıma ihtiyacı var. Kür merkezlerinin olduğu ve Bursa’ya değişik bir portföy katacak olan termal turizmi, sağlık turizmini, kongre ve toplantı turizmini destekleyecek otelleri doğru buluyorum. Diğer gelen yatırımlar sadece mevcut pastadan pay almak için çaba gösterecek ve bu da hali hazırda düşük seyreden fiyatları daha da düşürecektir. Yatırımcıların bu noktada doğru düşünmesi ve fizibiliteyi yaparken dikkat etmesini öneririm.



“Bursa’ya en çok Kuveyt ve Suudi Arabistan’dan turist geliyor”

Bursa’ya en çok Kuveyt ve Suudi Arabistan’dan turist geliyor. 2017 yılında öne çıkan ülkeler Çin, Malezya, İsrail ve Japonya. Bursa’da daha yapılması gereken çok şey var. Öncelikle, Bursa’nın sağlık turizmine çok önem vermesi gerektiğini düşünüyorum. Güvenlik, temizlik ve iyi hizmeti doğru bir şekilde verebilirsek başarılı oluruz. Türkiye’nin dünya turizminden daha fazla pay alabilmesi için daha çok yol alması gerekiyor. En büyük payı Fransa ve İspanya alıyor.
Türkiye’nin kaybettiği %30’luk pay İspanya, Fransa ve Yunanistan’a kaydı.

Son olarak bu yıla dair öngörülerinizi de paylaşır mısınız?

Bu yılki rakamları daha iyi bir seviyeye taşımak için tüm turizm dinamikleri yoğun bir çaba sarf ediyor. Bu yıl eğer 2017 gibi giderse oranların daha da yükseleceğine inanıyorum. Önümüzdeki üç senede de özlenen geçmişi yakalayabiliriz diye umut ediyorum.

Corendon 2018'e filo ve otel yatırımlarıyla giriyor







Corendon Turizm Grubu Yönetim Kurulu Başkanı Yıldıray Karaer

Çatısı altında Hollanda ve Belçika'nın en büyük tur operatörlerinden Corendon Travel'ın yanı sıra 3 farklı havayolu, bir incoming şirketi ve Türkiye ve yurt dışında toplam 9 oteli bulunan Yıldıray Karaer, grubun 2017 yılsonu değerlendirmesini, 2018 yılı hedeflerini ve sektör öngörülerini 8 Şubat Perşembe günü Swissotel The Bosphorus'da medya mensuplarıyla paylaştı.

2017 yılında grubun konsolide cirosunun 1 milyar Euro'ya ulaştığını açıklayan Karaer, 2018 yılında ciro olarak yüzde 15'lik bir büyüme hedeflediklerini belirtti. 2018 turizm sezonu için Türkiye rezervasyonlarının yükselişe geçmesiyle birlikte, Türkiye yatırımlarını artıracaklarını belirten Corendon Turizm Grubu'nun Yönetim Kurulu Başkanı Yıldıray Karaer, "2018 yılı için hem Türkiye turizmi hem de kendi grubumuz adına oldukça umutluyuz. Avrupa'dan aldığımız erken rezervasyon rakamları bu yıl 2015 yılı seviyelerinde bir turizm sezonu geçireceğimize işaret ediyor. Kendi tur operatörümüzün 2018 için aldığı Türkiye rezervasyonlarına baktığımızda ise tüm destinasyonlara aldığımız toplam rezervasyon artışının da %100'ün üzerinde gerçekleştiğini görüyoruz." şeklinde konuştu.

"Corendon Airlines'ın 2018 hedefi 3 milyon yolcu taşımak"

Geçtiğimiz yıl Türkiye'ye olan talep artışının sezon başında gerçekleşmesi sebebiyle tüm tur operatörlerinin Türkiye'ye uçak bulmakta zorlandığını hatırlatan Karaer, "Hem kendi tur operatörümüzün rakamları hem de çalıştığımız tüm diğer Avrupalı tur operatörlerinden aldığımız taleplerle grup çatımız altındaki Corendon Airlines'ın filosunu bu yıl 3 uçak ile büyüterek, Türkiye'ye daha fazla uçuş düzenleyecek şekilde planlama yaptık. Corendon Airlines Grup olarak 2017 yılını yaklaşık 300 milyon Euro konsolide ciro ile kapattık. 2018 sezonuna oldukça umutlu gireceğiz. Hatta 2015'teki sayıları yakalamayı hedefliyoruz. Corendon Airlines Grup olarak bünyemizdeki 3 farklı havayolu ve toplam 17 uçak ile 2018'de hedefimiz 3 milyon yolcu taşımak. Aynı zamanda Corendon Airlines tarafında 2018'de %30'luk bir büyüme bekliyoruz." diye belirtti.

Benelüks'ün en büyük oteli

Corendon Turizm Grubu, Corendon Hotels and Resorts ismi altındaki otel zincirine de 2018'de iddialı bir otel daha ekliyor. Amsterdam'da halihazırda iki oteli bulunan grubun yine Amsterdam'daki son yatırımı Corendon Village Hotel, hem yatırım bedeli hem de yatak kapasitesi ile Benelux ülkelerinin en büyük oteli olacak. Yıldıray Karaer, bu yeni yatırımları için şu açıklamada bulundu: "Mayıs 2018'de açılacak olan otel, Amsterdam'ın simge binalarından eski Sony binasının restore edilmesi ile 3 farklı konseptten oluşuyor. 676 oda ve daireden oluşan tesisin yatırım bedeli ise 80 milyon Euro olarak gerçekleşiyor."

Geçtiğimiz yıl İbiza'daki her şey dahil konseptli ilk Türk otelini açan Corendon Hotels&Resorts, yine 2017'de Karayip'lerin Curaçao adasında 65.000 metrekarelik bir alan üzerine kurulu olan 204 odalı Livingstone Jan Thiel Resort isimli tesisi bünyesine katmıştı.

Türkiye bu sene Belçika ve Hollanda'nın gözdesi olacak

Bünyelerinde bulunan tur operatörü şirketi ile birlikte Hollanda ve Belçika'dan 20 ülke, 42 havalimanına tur düzenlediklerini söyleyen Karaer, Türkiye'nin 2 seneden sonra tekrar Hollanda ve Belçika'nın bir numarası olduğunu açıkladı. Bu ilgiyi erken rezervasyon fiyatlarının çok avantajlı olmasına bağlayan Karaer, Hollanda'da bugün 2018 için yapılan Türkiye rezervasyonlarında, geçen senenin aynı dönemine oranla %100'ün üzerinde artış kaydedildiğini belirtti.

Karaköy'ün de bir derneği var artık!

Yatırımcılar ile işletmeler Karaköy'ün geleceği için bir araya geldi; üyeleri arasına semt berberine de katarak, Karaköy Güzelleştirme ve Koruma Derneği'ni faaliyete geçirdi.

Turizm yatırımlarının tamamlanmasıyla İstanbul'un gece-gündüz odak noktası haline gelecek Karaköy'de yatırımcılar ile işletmeler bir araya geldi. Salıpazarı Liman İşletmeciliği (Galataport), Karaköy Lokantası, Global Yatırım Holding, Ma'Na Restaurant, Seba İnşaat, Akkanat Holding, Colonie Bistro & Bar, Kılıç Ali Paşa Hamamı, Akfen Karaköy Gayrimenkul Yatırımları gibi bölgenin geleceğini şekillendiren yatırımcılar ve atmosferini yaratan işletmelerin kurucu üyeleri olduğu Karaköy Güzelleştirme ve Koruma Derneği (Karaköy Derneği) faaliyete geçti.

Özer: "Bölgenin sahiplenilmesi gerekiyor"

Karaköy Derneği Başkanı Global Yatırım Holding Genel Sekreteri Gökhan Özer, "Karaköy'ün cazibesi son yıllarda hem İstanbullular hem de yerli ve yabancı turistler bakımından giderek artıyor. Bölgeye ilgi devam eden yatırımların tamamlanmasıyla zirve yapacak. Karaköy'ü Karaköy yapan ruhun varlığını sürdürmesi büyük önem taşıyor. Bu yüzden bölgenin sahiplenilmesi gerekiyor" dedi.

Üyeler arasında semt berberi de var

Küçük işletmelerin de bölgeye zenginlik kattığına dikkat çeken Özer, Bu nedenle semtin 40 yıllık Yıldırım Erkek Berberi de üyemiz oldu. Küçük işletmeler yok sayılarak Karaköy'ün ruhu sürdürülemez. O zaman Karaköy, Karaköy olmaz" diye konuştu. Karaköy'e yatırımcı ilgisini devam edeceğini söyleyen Özer, "Derneğimiz aynı zamanda yeni gelecekler ile mevcutlar arasında bağ kuracak bir platform görevi görecek" şeklinde konuştu.

Etki alanı Galata Köprüsü ile Mimar Sinan Üniversitesi arası

Karaköy Derneği'nin ilk genel kurulunu önümüzdeki günlerde yapacağını belirten Özer, şunları söyledi: "Mevzuat açısından bir kısıt olmamakla birlikte, etki alanımızı Kemankeş Mahallesi ile sınırlamak istiyoruz. Yani, Galata Köprüsü ile Mimar Sinan Üniversitesi arasındaki sahil şeridi ile Necatibey Caddesi arasında kalan bölge asıl faaliyet alanımızı oluşturuyor. Küçük, büyük fark etmeden bölgedeki bütün işletmeler ve yatırımcılarla üye olmaları için görüşüyoruz." Azınlık vakıflarının bölgede ciddi bir varlığı


Karaköy Derneği Başkanı Global Yatırım Holding Genel Sekreteri Gökhan Özer

bulunduğunu söyleyen Özer, onları da aralarında görmeyi arzuladıklarını kaydetti.

Yerel yönetimlerle temas noktası

Seminerler, toplantılar ve festivaller düzenlemeyi hedeflediklerini anlatan Özen, "Yerel yönetimlerle temas noktası olacağız. Sorunların çözümü ve Karaköy'ün ruhunu koruyarak nasıl daha rahat bir nefes alan bir semt olabilmesi için ortak söylem geliştireceğiz" dedi.

TTYD Başbakan Yardımcısı Mehmet Şimşek'e taleplerini iletti



Ekonomiden Sorumlu Başbakan Yardımcısı Mehmet Şimşek'i ziyaret eden Turizm Yatırımcıları Derneği heyeti, sert kayıplar yaşayan sektörün toparlanması için oluşturulan kapsamlı yol haritasını hükûmete iletti. TTYD Başkanı Oya Narin öncülüğündeki heyet; hazırladıkları kısa, orta ve uzun vadeli tedbir önerileri için hükûmetin desteğini istedi. TTYD'nin sunduğu tedbir önerileri; kısa vadede sektörün vergi, istihdam ve yatırım süreçlerinde desteklenmesini, orta ve uzun vadede ise sektörde yapısal dönüşümü sağlayacak bir Turizm Master Planı oluşturulmasını hedefliyor.

Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği (TTYD), sektördeki mevcut finansal durumu ve turizmde 2023 hedeflerine ulaşmak için gereken dönüşüm stratejisi kapsamında kısa, orta ve uzun vadeli tedbir önerilerini hükûmete iletti. Ekonomiden Sorumlu Başbakan Yardımcısı Mehmet Şimşek'i ziyaret eden TTYD heyeti, oluşturdukları yol haritası için hükûmetten destek talep etti.

Narin: "Master Plan hazırlanması yönündeki dileğimizi ilettik"

Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği Başkanı Oya Narin, ziyaret sonrasında yaptığı açıklamada sektörün önemli sorunlar yaşamaya devam ettiğini belirterek şunları söyledi: "Türkiye, turizmde önemli bir eşik noktasında. Sektörümüz bu eşiği, hem fiziksel dönüşüm hem de destinasyon yönetimi ve markalaşma alanında başarılı bir dönüşüm stratejisi izleyerek aşabilecek deneyime sahip. Bu aşamada, bir yandan yapısal sorunlarımızı orta ve uzun vadeli tedbirlerle çözerken eşzamanlı olarak da kısa vadeli tedbirleri hızla hayata geçirerek işletmelerimizin içinde olduğu finansal darboğazı atlatabilmelerini sağlamamız gerekiyor. Sayın Şimşek'i ziyaretimizde kendilerine sektörümüzün vergi, istihdam ve yatırım süreçlerinde desteklenmesine ilişkin önerilerimizin yanı sıra Türk turizm sektörünün dönüşüm ihtiyacını hayata geçirecek bir "Master Plan" hazırlanması yönündeki dileğimizi ilettik. 2023 hedefleri doğrultusunda 50 milyar dolar turizm geliri hedefine ulaşılması ve bunun ötesine geçilmesi ancak ve ancak başarıyla uygulanacak kapsamlı bir dönüşümün gerçekleştirilmesi ile mümkün olabilecek.

Turizmde dönüşüm planı için harekete geçme zamanı

Sayın Bakanımızın ve hükûmetimizin bu noktada gereken hassasiyeti göstereceklerine yürekten inanıyorum. Hükümetimizin, sıkıntının başladığı ilk günden itibaren sektör paydaşlarıyla iş birliği içerisinde uygulamaya koyduğu önlemler, bu geçiş döneminin başarıyla yönetimine fevkalade yapıcı bir rol oynadı. Bugün dileğimiz, Türk turizminin geçmişte yaşadığı sorunları tekrar yaşamayacak dirence kavuşturulması ve ülke sathında 12 aya yayılan sürdürülebilir turizm olgusuna ulaşmasını sağlayacak bir "turizmde dönüşüm" planının uygulanması için devletimizle el ele vermek."

Talepler

2015 sonundan başlayarak özellikle 2016'da kritik bir daralma yaşayan turizm sektörü, 2017'deki kısmî toparlanmaya rağmen ağır sorunlar yaşamaya devam ediyor. Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği, sektörün içinde bulunduğu darboğazı atlatabilmek için hükûmete sundukları önerileri "kısa vadeli destek tedbirleri" başlığı altında sıralarken orta ve uzun vadede Türkiye turizminde yapısal bir dönüşüm sağlayacak tedbir ve politikaları da ayrıca dile getirdi.

Kısa vadeli destek tedbirleri arasında öne çıkan maddelerden bazıları şöyle:

*Sektöre yönelik 20 milyar TL'lik ilave KGF limiti oluşturulması
*Turizm sektörünün ihracatçılara sağlanan tüm desteklerden yararlandırılması
*Turizmciye ana girdi kalemlerini vergisiz ithal ederek kullanma imkanı sağlanması
*Orta ve uzun vadeli, düşük faizli Eximbank kredisi imkânı
*İstihdam teşviklerinin turizm sektörüne özel 2 yıl daha uzatılması ve kış sezonunda iş akdinin devamını sağlayacak istihdam desteklerinin oluşturulması.

Hilton Türkiye yerli turist ile daha çok yakınlaşacak

Hilton Türkiye, bu yılsonuna kadar Türkiye'de 9 yeni otel faaliyete geçirecek. Bu sayı geçen yıl 7 olmuştu. Hilton Türkiye Ülke Müdürü Armin Zerunyan, "Bu yıl sonuna kadar yüzde 10 büyüme planlıyoruz. Bu yıl ilk kez olarak EMITT Turizm Fuarı'nda stand kiraladık. Amacımız yerli turist ile daha çok yakınlaşmak" dedi.

Turizmin dünya devi Hilton Grubu, ABD dışındaki ilk global yatırımı için 1955 yılında Türkiye'yi seçmişti. O tarihten sonra da Türkiye'deki yatırımlarına büyük önem veren grubun, ülkemizde hali hazırda çeşitli kategorilerde faaliyet yürüten 57 oteli bulunuyor. Şirketin oda kapasitesi ise 11 bin 360 olarak açıklanıyor.

Son dönemde sektördeki gelişmelere paralel olarak franchise ağırlıklı büyüme modelini uygulamaya koyan Hilton Türkiye, 2016 yılında 10 yeni otelini devreye aldı. Geçen yıl açılan otel sayısı 7'ye gerilese de, Hilton Türkiye Ülke Müdürü Armin Zerunyan'dan aldığımız bilgiye göre grup bu yılsonuna kadar 9 yeni oteli daha faaliyete geçirecek. Türkiye'de 81 vilayetin 32'sinde herhangi 5 markasından en az biri ile hizmet yürüten Hilton Türkiye, bu yıl Yalova'dan, Antakya'ya, Isparta'dan, Kocaeli'ne kadar uzanan geniş bir coğrafyada yeni oteller açacak.

EMITT'de stand açtı

Hilton Türkiye Ülke Müdürü Armin Zerunyan ile yaptığımız görüşmede, yeni yatırımlarının yanı sıra 2018 yılı turizm faaliyetlerine ilişkin önemli mesajlar aldık. 2015 yılında Capital Dergisi tarafından Türkiye'deki En İyi Şirketler kategorisinde en iyi konaklama markası olarak seçilen Hilton Türkiye, bu yıl ilk kez olarak EMITT Turizm Fuarı'nda stand açarak farklı bir stratejiyi uygulamaya koydu. Sektörün buluşma noktası olarak EMITT'i çok önemsediklerini dile getiren Armin Zerunyan, "Biz bu yıla kadar, çok destek olduğumuz fuarımızı bir buluşma merkezi olarak düşündük ve camiamız ile verdiğimiz kokteyllerimiz ile biraraya geldik" diye konuştu.

Bu yıl stand açarak katılmalarını ise şöyle yorumladı:

"Aslında Global Hilton, dünyadaki fuarlara biraz mesafeli ve seçici bakmaya başladı. Örneğin Londra Fuarı'ndan çekildi. Türkiye'deki fuarımıza yönelik ise biz tam tersi bir bakışımız oldu. Bunun nedeni çok önemsediğimiz yerli turizmdir. Biz son yıllarda yerli turistten çok olumlu geri dönüşler aldık. Türkiye'de gezmek, seyahat etmek isteyen çok sayıda insan var. Beklentileri gittikçe yükseliyor. Biz bu açıdan iç pazar dinamiklerinde ve yurt dışı dolaşımda yerli turist ile daha çok hareket etmek istiyoruz".

Zerunyan EMITT Fuarı için şu değerlendirmeyi yaptı:

"Türkiye için EMITT önemli bir turizm fuarı. Biz de Hilton olarak Türkiye'de yerel ihtiyacı anlamak, buna göre çözümler üretmek ve yeni iş anlaşmaları imzalamak için EMITT'e oldukça önem veriyoruz. 2017 bizim yerel turizme odaklandığımız ve yerel misafir sayımızı yükselttiğimiz önemli bir yıl oldu. İstanbul için yüzde 65 ve Anadolu otelleri için yüzde 90'lara varan oranlarda Türk misafir ağırladık. Bu nedenle EMITT bizim önemsediğimiz önemli bir fuar".

2017'de yüzde 25 büyüme

2017'nin ilk kısmının zorlayıcı olduğunu, ikinci yarıdan itibaren toparladığını kaydeden Armin Zerunyan, "Senenin ikinci yarısında önemli büyümeler gördük ve seneyi 2016'dan çok önde kapattık. Özellikle İstanbul bu açıdan çok başarılıydı, Ankara'da da yerel talep ve Körfez Arap Ülkeleri'nden gelen misafirler ile büyüme gördük. Geçen yıl yüzde 25 gibi bir büyümemiz oldu. Türkiye için gayet iyimser düşünüyoruz, ülkeye bağlı kalarak Elazığ, İzmir Aliağa, Bolu, Ümraniye, Çanakkale, Kocaeli ve İstanbul gibi farklı şehirlerde oteller açmaya devam ediyoruz. Sonuç olarak, yeni otellerle birlikte yeni ekip üyeleri işe almaya ve yerel pazarın gelişmesine katkıda bulunmaya devam ediyoruz" dedi.

2018 için beklentiler olumlu

Zerunyan, 2018'e ilişkin ise şu değerlendirmelerde bulundu: "Uluslararası ziyaretlerin artmasıyla beraber, 2018'de Türkiye'deki turizm sektörünün büyüyeceğini tahmin ediyoruz. Turizm Bakanlığı 2018'de 35 milyondan fazla turisti ağırlamayı bekliyor. Hilton olarak 2017'de otellerimizi geliştirdik ve 2018'de yerli ve yabancı turistleri bekliyoruz. Ayrıca 2018 içerisinde de yeni açılışlarımız olacak.

Marka olarak en önemli avantajlarımızdan birisi olan Hilton Honors sadakat programımızda global olarak 71 milyon üyemiz var ve Türkiye üye sayısı itibariyle EMEA bölgesinde İngiltere'nin ardından ikinci sırada yer alıyor. Hem bu rakam hem de Hilton markasının kalite ile özdeşleşen algısı ve var olan ve potansiyel misafirlerimizin bizi bu yüzden tercih etmeye devam edecektir. Yerli turistin daha çok desteğini alacağız. Yanı sıra özellikle Uzak Doğu'dan Hindistan, Çin, Pakistan, Japonya'dan önemli ölçüde misafir ağırlamaya başladık. Özellikle kruvaziyer gemiler ile ABD'li turist gelişinde de gelecek yıllarda büyüme bekliyoruz. Bizim ülke olarak öncelik vermemiz gereken konulardan bir tanesi kongre turizmini tekrar eski günlerine kavuşturmaya çalışmamız olmalıdır. Biz bu yılı grup olarak yüzde 10 civarında bir büyüme ile kapatmayı planlıyoruz".

Nerelerde otel açacak?

Hali hazırda Türkiye'de imzası atılmış, planlanan ve yapım aşamasında olan 27 tane otel projesi bulunuyor. Bu yatırımlardan 2018 sonuna kadar açılacak oteller ise şöyle:

1. Hilton İstanbul Bakırköy
2. Hilton Antakya Museum
3. DoubleTree by Eskişehir
4. DoubleTree by Hilton Antalya Kemer
5. DoubleTree by Hilton Adana
6. DoubleTree by Hilton Kocaeli
7. Hil ton Garden Inn Adıyaman
8. Hilton Garden Inn Isparta
9. Hilton Garden Inn Yalova

Haber: Kerem Köfteoğlu



surbisa.com.tr



Sürbısa®













10 Karaköy Istanbul 3. yılını yeni yatırım müjdeleriyle kutladı







3 yıl önce, Büyük Balıklı Han'ın restorasyonu ile kapılarını açan 10 Karaköy'ün yıl dönümü kutlaması iş ve cemiyet hayatından birçok davetlinin katılımıyla gerçekleşti. Dünyanın önde gelen "lifestyle" ağırlama şirketi sbe'nin de tanıtıldığı davette şirketin global portföyüne katılışı da resmen duyuruldu.

3. yaşını 11 Ocak Perşembe akşamı seçkin bir davetle kutlayan 10 Karaköy Istanbul, dünyanın önde gelen "lifestyle" ağırlama şirketi sbe'nin global portföyüne katılışını da resmi olarak duyurdu. Geçtiğimiz yıl, 10 Karaköy'ün de dahil olduğu butik otel kategorisinin öncüsü Morgans Hotel Group'u bünyesine katan sbe; 23 otel, 70 restoran ve 41 lounge ile eşsiz bir global portföye sahip olup, ödüllü mimari ve tasarım, olağanüstü gastronomik deneyim ve trend belirleyen eğlence anlayışı ile 360 derece yaşam deneyimi sunuyor.

Tarihi ve büyüleyici atmosferinde müzik ziyafeti

sbe'nin Orta Doğu ve Avrupa'dan sorumlu Operasyonlar Başkanı, Chadi Farhat ve 10 Karaköy Istanbul Genel Müdürü Eylem Atalay ev sahipliğindeki geceye, Arzu-Ömer Sabancı, Ayşin-İsmail Ekşioğlu, Dilek-Ali Nuri Türker, Esma Güral, Zeynep-Ömer Temelli, Emre Ergani, Alp Nuhoğlu, Seda Domaniç ve Melis Ağazat gibi birçok önemli isim katıldı. 10 Karaköy'ün tarihi ve büyüleyici atmosferinde, İstanbul Devlet Opera ve Balesi'nin hazırladığı özel bale gösterisi ve arya dinletisini deneyimleyen misafirler ardından geceye yakışır bir partiyle eğlenceye devam ettiler.



Farhat: "Portföyümüzü büyüttüğümüz çok heyecan verici bir dönemdeyiz"

Görkemli davette konuşan sbe Orta Doğu ve Operasyonlar Başkanı Chadi Farhat,"Şirket olarak, lüks otel ve rezidanslardan restoranlara portföyümüzü büyüttüğümüz çok heyecan verici ve eşsiz bir dönemdeyiz. sbe'yi, İstanbul'daki otelimiz 10 Karaköy'de olduğu gibi birçok destinasyonda 360 derece yaşam deneyimi sunan bir şirket olarak konumlandırıyoruz." dedi.

Atalay: "Şirketimizin hızla büyümesinden ötürü çok heyecanlıyız"

Otelin Genel Müdürü Eylem Atalay ise, "10 Karaköy, açıldığı günden beri misafirlerine gastronomi, eğlence, tasarım ve sanat ile içiçe bir konaklama deneyimi sunuyor. sbe'nin ikonik lifestyle ağırlama markalarından biri olmaktan gururlu, şirketimizin hızla büyümesinden ötürü çok heyecanlıyız.

sbe 14 ülkede daha varlık gösterecek

Gecede sbe'nin bölgedeki devam eden büyüme projeleri, portföye en son katılan Doha'daki 270 odalı Mondrian ve çok yakında Doha'da açılacak SLS, 2018'de Dubai'de açılması planlanan Delano ve Mondrian otelleri de vurgulandı. Orta Doğu'daki büyümenin yanı sıra sbe global olarak 22 yeni otel ve 42 restoran ile önümüzdeki yıllarda Arjantin'den Japonya'ya, İngiltere'den Bahamalar'a kadar 14 ülkede varlık gösterecek.

2017'de en çok Konya Mevlana Müzesi ziyaret edildi

Kültür ve Turizm Bakanlığa bağlı müze ve ören yerlerini 2016 yılında 17 milyon 521 bin 316 kişi ziyaret ederken, 2017 yılındaki ziyaretçi sayısı yüzde 17 oranında artarak 20 milyon 509 bin 746 ziyaretçiye ulaştı. 2017 yılının en çok ziyaretçi ağırlayan müzesi, 2 milyon 480 bin 433 kişiyi ağırlayan Konya Mevlana Müzesi oldu.

2017 yılına ait müze ve ören yeri ziyaretçi sayılarını ve medya yansımalarını inceleyen Ajans Press'in Kültür ve Turizm Bakanlığı Döner Sermaye İşletmesi Merkez Müdürlüğü verilerinden ve medyadan elde edilen bilgilere göre, 2017 yılındaki ziyaretçi sayısı bir önceki yıla göre yüzde 17 oranında artarak 20 milyon 509 bin 746 ziyaretçiye ulaştı. Artan ziyaretçi sayısına paralel olarak 2017 yılında müze ve ören yeri gelirleri de 2016 yılına oranla yüzde 13 oranında artarak yaklaşık 190 milyon TL'ye yükselmiş oldu. Bakanlık, 2018 yılında müze ve ören yeri ziyaretçi sayısının yaklaşık yüzde 20 oranında artarak 25 milyona ulaşmasını öngörüyor.

Konya Mevlana Müzesi ilk sırada

2017 yılının en çok ziyaretçi ağırlayan müzesi, 2 milyon 480 bin 433 kişiyi ağırlayan Konya Mevlana Müzesi oldu. Mevlana Müzesini sırasıyla; 1 milyon 932 bin 726 ziyaretçiyle İstanbul Topkapı Sarayı Müzesi, 1 milyon 892 bin 250 ziyaretçiyle İstanbul Ayasofya Müzesi, 1 milyon 494 bin 893 ziyaretçiyle Denizli Hierapolis (Pamukkale) Ören Yeri, 996 bin 800 ziyaretçiyle İzmir Efes Ören Yeri, 682 bin 785 ziyaretçiyle Nevşehir Göreme Ören Yeri, 498 bin 880 ziyaretçiyle Nevşehir Hacıbektaş Müzesi, 386 bin 590 ziyaretçiyle Aksaray Ihlara Vadisi Ören Yeri, 360 bin 879 ziyaretçiyle Ankara Cumhuriyet Müzesi, 353 bin 285 ziyaretçiyle İstanbul Topkapı Sarayı Müzesi Harem Bölümü takip etti.



Şeyma Şendil



Gezi Rotaları DENİZLİ

Son zamanlarda bana en çok sorulan sorulardan biri Denizli nasıl bir yer? Ben de turist gibi gezmekten çok hoşlandığım bu şehri yazmak istedim bu sefer. Ancak Denizli binlerce yıllık tarihe ve onlarca medeniyete sahip ve öyle bir yazı ile bitirilebilecek gibi değil. Öncelikle Denizli'de genel olarak neler yapılabileceğinden bahsedeceğim sonraki yazılarımda ise Denizli'nin ören yerleri, turistik alanları ve çevresinden bahsedeceğim.
Denizli ile ilgili bulunan ilk tarihi bulguların bugünkü Denizli'ye 6 km uzaklıkta bulunan Eskihisar'da bulunduğu ve MÖ 262-245 yılları arasında hüküm süren Suriye Kralı II. Antiyokustheos tarafından kurulan şehre eşinin ismine ithafen Leodicia denildiği belirtilmiştir kaynaklarda. Şehirde tarihi süreçte Hitit, Frig, Lidya, İon, Roma, Bizans, Selçuklu, Osmanlı medeniyetleri görülür. Şehir Türkler tarafından ele geçirilince merkez su bolluğu nedeniyle bugünkü Kaleiçi mevkii tarafına alınmıştır. Halen de şehir merkezi Kaleiçi etrafında yer almaktadır.
Denizli ile ilgili en çok şaşırılan şey ise Denizli'de Deniz olmamasıdır. Denizli ismi ile ilgili farklı kaynaklar bulunmakla birlikte en çok bilinen ve söyleneni Tengizli kelimesinin zaman içinde Denizli haline gelmesidir ki"tengiz" kelimesinin de "deniz" anlamına geldiği düşünülürse hala denizin nereden geldiğini çıkarabilmiş değilim.

Ne yapılır?

Denizli'de yapılacak şeylerin listesi oldukça uzun bu nedenle yine gruplayarak anlatmaya çalışacağım.

Antik şehirler ve müzeler

Hierapolis Antik Şehri, Leodikya Antik Şehri, Tripolis Antik Şehri. Bu saydıklarım dışında Tabea, Colassae, Eumania, Heraklia, Attuda gibi listeleyemediğim birçok Antik şehir ve kalıntı bulunmaktadır. Bu şehirlerden bazıları henüz çıkarılmamış ya da tamamlanmamıştır. Kısıtlı zamanda Denizli ziyareti yapmak isteyenlere Pamukkale'de bulunan Hierapolis ve şehir merkezine oldukça yakın olan Leodikya'yı gezmelerini tavsiye ederim. Ayrıca kısa süreli bir sürüşten sonra Aydın'ın Karacasu ilçesindeki Afrodisias'a da gidebilirsiniz.

Ören Yerleri

Pamukkale, Kaklık Mağarası, Karahayıt, Güney Şelalesi, Keloğlan Mağarası
Bir sonraki yazımda detaylıca anlatacağım bu ören yerlerini Denizli'ye geldiğinizde mutlaka ve mutlaka görmelisiniz. Özellikle Pamukkale'yi görmeden Denizli'den dönerseniz görsel bir şöleni kaçırmış olursunuz.

Termal Turizm

Denizli'de termal su kaynakları açısından son derece zengin bir şehir. Anadolu'da şifalı sulardan Hititler döneminden beri yararlanıldığı bilinmektedir. Pamukkale'de yer alan Hierapolis Antik kenti termal sular bakımından zengindir ayrıca Pamukkale'ye 5 km mesafede bulunan Karahayıt'tan çıkan termal sular zengin mineral kaynaklarıdır. Pamukkale'de çıkan termal su 35 C derece olan su M.Ö 2. yüzyıldan bu yana sağlık turizmine ev sahipliği yapmaktadır. Bugün de Kleopatra'nın da yüzdüğü söylenen antik havuzda bu termal sudan faydalanabilirsiniz. Bu kaynaktan çıkan sular çökelerek bembeyaz Pamukkale'yi oluşturmaktadır. Ayrıca antik havuz içerisindeki yıkılmış sütun başları da sizi bambaşka dünyalara götürüyor. Bu havuz açık bir havuz ancak suyun her mevsim 35 C derece olması nedeniyle kışında havuzda yüzmek mümkün, ben Şubat ayında yağmur yağarken bu havuzda yüzmüştüm ve hayatta en keyif aldığım anlardan biri buydu. Suya düşen yağmur taneleri, sudaki kabarcıklar ve yükselen buhar eşliğinde yüzmek bambaşka bir keyifti.
Karahayıt bölgesinde çıkan termal su ise Pamukkale'den tamamen farklıdır ve rengi kırmızıdır. Bu sulardan kaynağında yararlanabilir ya da çevresinde kurulu farklı hizmet ve sınıftaki birçok otelde havuzlarda ya da banyolarda bu sudan faydalanabilirsiniz. Eğer kaynağında deneyimlemek isterseniz su sıcaklığına dikkat etmenizi öneririm. Suyun çıkış sıcaklığı yaklaşık 60 C'dir ve soğumamış bir havuza girecek olursanız yanabilirsiniz.

Doğal Çevre ve Aktiviteler

Denizli'nin etrafında ve hatta şehir içinde Orman alanları mevcuttur. Haftanın herahngi bir gününde Çamlık'a giderek temiz hava ve çam ağaçları arasından süzülen güneş ışığının tadını çıkarabilirsiniz. Farklı parkurlarda doğa yürüyüşü yapabilirsiniz, rotaları daha sonraki yazılarımda yazacağım.
Tavas ilçesinde yer alan Nikfer Mahallesine 12 km mesafedeki Bozdağ kayak merkezinde kayak yapabilirsiniz. Denizli merkezden 10-15 dakika mesafedeki





teleferik ile Bağbaşı Yaylasına çıkabilirsiniz. Pamukkale'de yamaç paraşütü yapabilirsiniz.

İlçeler

Denizli birçok ilçesi kendi başına turizm potansiyeline sahiptir. Buldan doğal şehir yapısı, yaylası ve özellikle kendine has tekstil üretimi ile ziyaretçilerin vazgeçemediği ilçelerden biridir. Sokaklarında el ve geleneksel tezgah sesleri duyarak gezmek büyük bir keyif. Yorulduğunuzda yaylaya çıkabilir ve açıksa restoranlarda göle nazır yemek yiyebilirsiniz.
Babadağ: Tekstili ile ünlü bir başka ilçe de Babadağ'dır ancak ilçe heyelan tehlikesi ile küçültülmüş ve sağlam kalan sokakları restore edilip rengarenk boyanmıştır. Fotoğraf severlerin görmesi gereken ilçelerden biridir. Yine Babadağ yaylasına çıkıp kendinizi Karadeniz'de zannedebilirsiniz. Güney ilçesinde adıyla anılan Güney şelalesini görebilirsiniz.

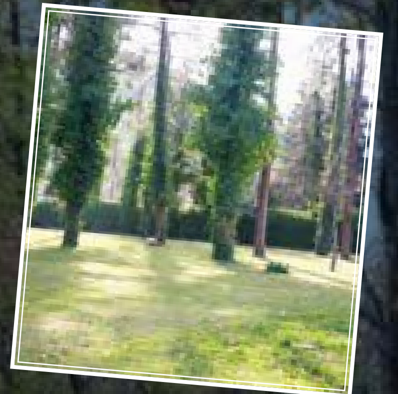
Nerede kalınır?

Denizli hem turistik hem de sanayi olarak oldukça gelişmiş bir şehir olduğundan konaklama imkanları oldukça çeşitli ve çoktur. Denizli merkezde yerel oteller, zincir otellerin şubeleri ve pansiyonlar şehrin farklı yerlerinde yer almaktadır. Ne yapmak ve/veya ne kadar ödemek istediğinize göre nerede konaklayacağınızı seçebilirsiniz.
Pamukkale – Karahayıt bölgesinde konaklamak istiyorsanız yine yüzlerce seçenek sizi bekliyor. Ne istediğinize ve ne kadar ödemek istediğinize göre burada da seçiminizi yapabilirsiniz ancak seçtiğiniz otelde yemek hizmeti olmaması ya da yemekleri beğenmeme olasılığınıza karşı bu bölgede çok fazla yeme içme alternatifi olmadığını belirtmekte fayda var. Yiyecekler konusunda hassassanız otelinizi buna göre seçmenizi öneririm.

Denizli'de ne yenir?

Denizli'de dilediğinizi yiyebilirsiniz, her zevk, damak tadı ve mutfağa göre bir şeyler bulabilirsiniz ama tabi ki Denizli'nin de denemeden dönmeyin denilen lezzetleri mevcut.
Denizli Yoğurdu: Benim gibi bir yoğurt severseniz Denizli yoğurdunu mutlaka deneyin. Denizli yoğurdu ekşi olmayan bir süzme yoğurttur. İs kokulu koyun yoğurdunu ya da kokusuz inek yoğurdunu deneyebilirsiniz.
Denizli Kebabı: Kale içindeki Denizli Kebapçılarında denenmesi gereken bir tat. Günde bir kez pişirildiğinden ve oldukça sevildiğinden öğle saatlerinde tükenir; bu nedenle erkenden gidip yerinizi almanızı öneririz. Kebapçılar genelde Pazar günleri kapalıdır. Denizli kebabı elle yenir, çatal bıçak isterseniz başka bir gezegenden gelmişsiniz gibi bir bakışla karşılaşabilirsiniz. Kocabaylar ve kebapçı Enver en meşhur olanlarıdır. Biz Kocabaylar'ı tercih ediyoruz.
Dondurmalı irmik helvası: Denizli'nin en eski helvacılarından biri olan Hacı Şerif'in meşhur ettiği ancak artık başka yerlerde de bulabileceğiniz dondurmalı sıcak irmik helvasının tadına bakmanızı öneririm.
Zafer Gazozu: Bilenlerin ilk sorusu "eski mi yeni mi" olur; bence eski. Bu kült gazozu mutlaka tatmalısınız.
Geleneksel tatlar dışında da birçok güzel restoran ve kafe bulabilirsiniz. Damak tadınıza, bütçenize göre oldukça fazla seçenek mevcut. Ancak bunlardan biri var ki Denizli hakkında yazı yazıyorsam mutlaka değinmem gereken restoranlardan biri Garson Şükrü. Garson Şükrü'de lezzet ve servis oldukça istikrarlı ki bu bence mekanların en temel sıkıntısı. Her zaman bildik, samimi ve lezzetli. Bana göre Türkiye'nin en iyi et restoranlarından biri sayılabilecek Garson Şükrü'de bir akşam yemeği yemeden dönmeyiniz. Pazartesi günleri kapalı olan bu restorana rezervasyon şart.
Son olarak; bir Anadolu şehri olarak Denizli büyük şehirlerin birçok imkanına sahip. Tabi ki her hafta bir senfoni, dolu dolu bir tiyatro programı, hangisine yetişeceğinizi bilmediğiniz sıklıkta sanat aktivitesi yok ancak sahip olduğu imkanlar birçok Anadolu şehrine kıyasla oldukça kaliteli. Bitmeyen yol çilesi dışında yaşamak ve gezmek oldukça kolay ve rahat. Ancak çok kısa süreli programlar yerine birkaç gün ayırarak Denizli ve Pamukkale'nin tadını çıkarmanızı tavsiye ederim.





Türkiye'deki ilk Residence Inn By Marriott Oteli Cubes Ankara'da açılacak

Gayrimenkul sektörünün önde gelen şirketlerinden Nuhoğlu, Dalgıç ve Lejant'ın birlikte hayata geçirdiği Cubes Ankara projesinin otel bölümü için dünyanın prestijli otel zincirlerinden Marriott International'ın Residence Inn By Marriott markası ile anlaşma sağlandı.

İstanbul Marriott Hotel Şişli'de 16 Ocak 2018, Salı günü düzenlenen imza törenine Nuhoğlu İnşaat Yönetim Kurulu Başkanı Ali Nuhoğlu, Dalgıç GY Yönetim Kurulu Başkanı Durul Dalgıç, Lejant Proje Yönetim Kurulu Başkanı Arif Balaban, Nuhoğlu Dalgıç Ve Lejant Proje Ortaklığı Şirketi olan Nuhoğlu İnşaat Satış ve Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Kaan Nuhoğlu ile birlikte Marriott International'ın Türkiye'de İş Geliştirmeden Sorumlu Başkan Yardımcısı Poğda Demircan katıldı.



Residence Inn By Marriott'ın ilk oteli Cubes Ankara'da

İmza töreninde konuşan Nuhoğlu İnşaat Yönetim Kurulu Başkanı Ali

Nuhoğlu, "Bambaşka bir bakış açısıyla projelendirdiğimiz, mimarisinin sadece bugüne değil yarına da kalıcı bir iz bırakacağına inandığımız projemizde dünyanın sayılı otel markalarından biri olan Marriott International ile çalışmaktan memnuniyet duyuyoruz. Tasarımcısından yatırımcısına kadar en iyileri bir araya getiren Cubes Ankara'ya ve onun yaşam vaadine yakışacak ve onu daha kıymetli bir noktaya taşıyacak iş birlikleri için hassas ve bir o kadar da yoğun bir çalışma gerçekleştirdik ve Residence Inn By Marriott markasında karar kıldık. Uzun dönem konaklamalara uygun olarak geliştirilen özel bir konsept olan Residence Inn By Marriott anlaşma ile birlikte Türkiye'deki ilk otelini Cubes Ankara'da 2019'da açılacak." dedi.

Yüzde 40'ı satılan Cubes Ankara, yatırımı 9 yılda geri kazandırıyor

Cubes Ankara'nın satış başarısına da değinen Ali Nuhoğlu, toplamda 1,4 milyar TL değere sahip projemizin lansmanını Mayıs 2017'de yapmıştık. O günden bu yana projedeki konutların yüzde 40'ının satıldığını söyledi. Mevcut piyasa koşulları değerlendirdiğinde bunun önemli bir başarı olduğunun altını çizen Nuhoğlu, pek çok araştırma gayrimenkul satın alımlarında yatırımcıyı cezbeden ve kararı aldıran en büyük etkenin "geri dönüş süreleri" ve "kârlılık oranları" olduğunu gösteriyor. Bunun üzerine eğilerek biz de SPK onaylı bir değerleme şirketinden Cubes Ankara'nın yatırım geri dönüş oranını analiz etmesini istedik.

2017 yılı 3. Çeyrek ofis kira endeksi verilerine göre bölgesel ortalama konut geri dönüş süresi Türkiye'de ortalama 16 yılken Cubes Ankara özelinde bu süre 9 yıla düşüyor. Şüphesiz bu da Cubes Ankara'nın yüzde 40 gibi orandaki satış başarısında etkin rol oynuyor. Bu başarı ve doğru proje sadece konut ve ofis yatırımcısının ilgisini çekmiş değil. Marriott International da projemize inanıyor ve burada yatırım yapıyor. Böylesine prestijli bir dünya markasının ülkemize ve proje ortaklığımıza güvenerek iş birliğine gitmesi çok önemli.

Cubes Ankara'nın 7/24 yaşayan ruhu için 7/24 hizmet veren yepyeni bir sistem

İmza töreninde otelin işletmesini kendilerinin yapacağını belirten Dalgıç GY Yönetim Kurulu Başkanı Durul Dalgıç uzun dönem konaklamaların yapılması için tasarlanan bu sistem ile toplamda 110 odanın olacağı oteldeki her odanın suit konforunda özel olarak dizayn edildiğini söyledi.

Sözlerini sürdüren Dalgıç: "Daha proje aşamasındayken otel işletmesinden, güvenliğe kadar tüm detayları düşündük. Böylelikle otel işletme omurgasından yola çıkarak yepyeni bir model ortaya çıkarttık. Gece gündüz vardiyalı çalışan; housekeeping, teknik servis, vale, güvenlik birimleri oluşturduk. Cubes Ankara'nın 7/24 yaşayan ruhu için 7/24 hizmet veren yepyeni bir sistem kurduk. Son yıllarda sektörde artan rekabetle birlikte insanların ihtiyacından fazlası projelerde bir standart olarak sunulmaya başlandı bu da beraberinde o projede yaşayan ancak sunulan her imkandan da faydalanmayanların aidatlarına ekstra maliyetler getirdi. Bunu ortadan kaldıracak ortak alanların işletmesini de üstlenerek, kendini döndürebilen benzer nitelikteki projelere göre daha düşük aidatlı sistemler kurarak Cubes Ankara projemize kazandırdık." dedi.

Hayaller metrekarelere sığmaz... Ama bir araya gelebilir

Başkentin kalbi Çukurambar'da konut ve ofis yaşamına dair benzersiz bir yorum getiren Cubes Ankara'nın konsepti hakkında da bilgi veren Dalgıç, hayaller metrekarelere sığmaz... ama bir araya gelebilir dedik metrekareler satın almak yerine insanların ihtiyacına ve isteğine göre şekillenen bir hayat yaşayabilmelerinden yola çıktık. Hayal gücünü insanlara sunulan seçeneklerle sınırlamak istemedik ve müşterilerimizin metrekareler satın alması yerine, ihtiyaçları ölçüsünde cube'leri birleştirerek kendi ev ve iş hayatını yaratmalarına imkan sunmak istedik. Bu çerçevede: konutta 1650 metrekare, ofiste ise 1800 metrekare kat büyüklüğüne; 35-180 m² arasında değişen modüler birimlere sahip Cubes Ankara'yı, A Blok konutları ile yaşamın, B Blok ofisleri ile de iş hayatının merkezine konumlandırdık.

Residence Inn by Marriott, uzun konaklama segmentinde dünyada lider

Marriott International'ın Türkiye'de İş Geliştirmeden Sorumlu Başkan Yardımcısı Poğda Demircan, Residence Inn by Marriott markasını, bu heyecan verici proje bünyesinde Türkiye'ye getirmekten ötürü mutluluk duyduklarını belirtti. Türkiye'deki büyüme staratejileri dahilinde Residence Inn by Marriott markasının özellikle önemli olduğunu vurgulayan Demircan, "Residence Inn by Marriott, 740'ın üzerinde otelle uzun konaklama segmentinde dünyada lider konumdadır. Uzun konaklama talebini karşılamak amacıyla dizayn edilen marka, içinde ayrı yaşam, çalışma ve uyuma alanları bulunduran geniş suite odalardan oluşmaktadır. Tam kapsamlı mutfaklar, market alışveriş servisi, lobide yer alan 24 saat açık market ve ücretsiz kahvaltı hizmetleri ile misafirlerin seyahat ederken zamanlarını daha iyi kullanmalarını ve kendilerini evde hissederek, refah içinde



konaklamalarını sağlamaktadır. Her bir Residence Inn oteli, hem genel mekanlarda, hem de odalarda yüksek hızlı internet hizmetini ücretsiz olarak sunmaktadır. Son zamanlarda hem resort destinasyonlarda hem de Avrupa'nın en önemli şehir merkezlerinde gelişen marka, Londra ve Amsterdam gibi Avrupa'nın önemli başkentlerinde de yer almaktadır. Residence Inn by Marriott Ankara, markanın dinamik Türkiye pazarındaki büyüme stratejisinin potansiyelini göstermektedir. Markanın ikinci otelini de inşallah Trabzon'da açacağız." dedi.

Başkent'in sosyal yaşamına yeni bir soluk

Ankara'nın yükselen yıldızı olan Çukurambar'da yer alan Cubes Ankara; konut ve ofislerin olacağı yaklaşık 1.000 adet bağımsız bölümden oluşuyor. 2 ayrı blok halinde planlanan projede A Blok konut, home office ve exclusive rezidansları; B Blok ise ofis, otel ve kurumsal kiralanacak ofisleri kapsıyor.

Ankara'nın sosyal yaşamına yeni bir soluk getirmeye hazırlanan Cubes Ankara'da atölye ve sergi amaçlı hizmet veren Art Zone Sanat Merkezi'nin yanı sıra konser, sinema, konferans, tiyatro ve daha birçok etkinliğe ev sahipliği yapacak 2.000 kişilik bir de gösteri merkezi yer alıyor. Cubes Ankara içerisinde sağlıklı seçimler sunan zengin restoranlar, kısa kahve molalarına eşlik eden kafeler, sokak lezzetlerini barındıran özel bir yerler kurgulandı.






Emel Elik Bezaroğlu



Elite World Hotels, 2020 sonuna kadar zincire üç yeni otel daha ekliyor

İstanbul'daki beşinci, toplamda yedinci otel yatırımını bu yıl Elite World Asia Hotel markasıyla Maltepe'de açmaya hazırlanan Elite World Hotels, 2019 planlamalarına Elite World Sapanca'yı, 2020 yılsonuna ise Elite World ST Petersburg'u koydu.

Türkiye'nin önde gelen otel zincirlerinden Elite World Hotels, EMITT 2018 Turizm Fuarı'nda yeni yatırımı Elite World Asia Hotel ile yer aldı. Zincir fuarda, İstanbul'daki beşinci, toplamda yedinci oteli olan Elite World Asia Hotel'i, tüm detayları ile sektör temsilcilerinin beğenisine sundu.

Elite World ST Petersburg, zincirin ilk global halkası olacak

Elite World Hotels Satış ve Pazarlamadan Sorumlu Yönetim Kurulu Üyesi Emel Elik Bezaroğlu, EMITT Fuarı'nda, "Önümüzdeki aylarda ekstrem bir şey olmadıkça turizm geçen yıla göre iyi geçecek. 2018'de Anadolu Yakası'nda Elite World Asia Hotel'i, 2019'da Sapanca'da Elite World Sapanca Hotel'i hizmete açacağız. Ayrıca global bir zincir olma yolunda temelini attığımız ilk yurt dışı otelimiz Elite World ST Petersburg'u 2020 yılı sonunda hizmete açmayı planlıyoruz." dedi.

"2018 daha iyi geçecek"

Bezaroğlu ayrıca, kongre turizminin yeniden Türkiye'ye gelmesini temenni ettiklerini, 2018'in geçen yıla göre daha iyi geçeceğini düşündüklerini ve bu sene Avrupa'dan da yoğun talep almaya başladıklarını belirtti. Elite World Hotels, İstanbul Güneşli'deki yeni yatırımı Elite World Europe Hotel'in yanı sıra İstanbul Taksim'de Elite World İstanbul ve Elite World Prestige otelleri ile, Florya E5 kavşağında yer alan Elite World Business Hotel, Van'daki Elite World Van Hotel ve Marmaris İçmeler'deki Elite World Marmaris Hotel ile hizmet sunmaya devam ediyor.



Lujo Hotel nisanda Bodrum'da açılıyor

Anex Tours CEO'su Serhat Koçkar şirketi Serkoç A.Ş. bünyesinde yepyeni bir konseptle Bodrum turizmine merhaba diyor. 170 milyon dolarlık yatırımla Nisan ayında kapılarını açması hedeflenen Lujo Hotel, 90 dönüm arazi üzerinde 20'den fazla oda tipi ve "À la Carte All Inclusive" sistemiyle hizmet verecek.

170 milyon dolarlık bir yatırımla kapılarını Nisan ayında açmayı planlayan Lujo, farklılaşan konseptleri ile Bodrum ve Türk turizminde ön plana çıkmayı hedefliyor. 90 dönüm arazi üzerinde kurulan 20'den fazla oda tipine sahip Lujo, eşsiz mimarisinin ve büyüklüğünün yanı sıra "ART" ve "JOY" konsepti ve "À la Carte All Inclusive" sistemi ile Bodrum'un en dikkat çekici oteli haline gelecek.

Çekici bir işletme modeli

Sunset Grill Bar & Restaurant'ta 16 Ocak Salı günü basına yönelik gerçekleşen lansman toplantısında konuşan Lujo Genel Müdürü Önder Körük, "Yatırımdaki amacımız Bodrum seyahatini alışılmışın dışına taşımak, o yüzden tüm detaylarda farklılığa öncelik verdik. Örneğin Lujo içerisinde yer alacak sosyal alanlar ve hem yetişkinlere hem de gençlere hitap eden atölye çalışmalarımız ile yaz tatilini anlatılacak bir hikayeye dönüştüreceğiz" diyerek Lujo'da bir otelden çok daha fazlasını sunacaklarını ifade etti.

Eşsiz bir doğanın içinde, Güvercinlik Koyu'nda konumlanan Lujo, doğaya olan saygısını otelin her köşesine yansıtıyor. Tamamen geri dönüşümlü ürünler ile hazırlanan tasarımlar, doğanın izinde aksesuarlar, enerji tasarruflu aydınlatmalar, çevre dostu temizlik ürünleri ve organik mutfağı ile doğanın gücünden ilham alarak hizmet vermeye özen gösteriyor.

20'den fazla oda tipi

2018 tatil trendleri otel odasında geçirilen vaktin daha değerli hale geldiğini vurgular nitelikte. Yeniliklerin ve tatil trendlerinin bilincinde olan Lujo'da Deluxe odalar, Laguna odalar, villalar, özel konseptli Forest odalar olmak üzere 20'den fazla oda tipi yer alıyor. Bodrum Güvercinlik'te 90 dönüm arazi üzerine kurulu olan Lujo, inşaatı, mimarisi, dekorasyonu ve çevre dostu özelliği ile de dikkat çekiyor.

Ege Bölgesi'nde bir ilk

Bodrum'a pozitif değer katan Lujo' da "All Inclusive" dönüştürülüyor ve "À La Carte All Inclusive" sistemi ile yiyecek & içecek dünyası yeniden ele alıyor. Lujo,


Lujo Hotel Genel Müdürü
Önder Körük

Ege Bölgesi'nde daha önce hiçbir otelde uygulanmamış À la Carte All Inclusive sistemi ile ilkleri yaşatıyor. Bodrum'un Türkiye'nin en lüks lokasyonu olduğunu ve bu sisteme ihtiyacı olduğunu söyleyen Körük, À la Carte All Inclusive sistemi hakkındaki görüşlerini "Misafirlerimize 24 saat boyunca damak zevkine uygun lezzetlerin istenilen anda sunulduğu ve tadılan her şeyin yüksek kalite standartlarında olduğu bir sistem ile hizmet vererek farkımızı ortaya koyacağız" diyerek dile getirdi.

Golf ve sağlık turizmi için ileriye dönük yatırım

Yaz aylarında hizmet veren Lujo, ilerleyen yıllarda golf ve sağlık turizmi ile bahar aylarını besleyecek bir talep oluşturmayı ve sezonu esnetmeyi planlıyor. Lujo içerisinde yer alan 1000 m2'lik, 3'e bölünebilen bir ana toplantı salonu ve farklı ölçülerde 7 ayrı küçük salonu ile gelecek dönemlerde üst düzey lansmanlar ve şirket toplantılarında hem yurt içi hem de yurt dışı pazarında talep edilen olmayı hedefliyor.





Lujo Hotel Genel Müdürü Önder Körük, Art&Joy konseptini "Lujo olarak sanatın her alanından ilham alıyoruz ve yaptığımız her işe bir sanat eseri özeni gösteriyoruz" diyerek tanımlıyor.

2018 turizm trendleri

Trendleri takip eden Lujo'nun, misafirlere her zaman yenilikleri yaşatacak bir otel olacağını söyleyen Körük; turizmdeki yeni trendlerden de bahsetti: "2018'de turizmin öncelikli üçlüsü deniz, kum ve güneşe ek olarak çevre, eğitim, eğlence ve deneyim kavramları da keyifli bir tatilin temel taşları haline geliyor. Kendi içerisinde birçok olguyu içeren bu kavramlar müşteri algısında tüm turizm segmentlerinde daha da fazla ön plana çıkacak. Personel eğitimleri çoğalacak, yerel üreticilerden alınan içerikler sofralara şık sunumları ile taşınacak. Sağlıklı yaşam ve fit trendinin getirileri olarak işlenmiş gıdalar menülerden çıkarılacak, tesislerde spor alanlarına daha çok yer verilecek. Performans alanları oluşturarak sanata verilen önem görsel olarak da sunulacak. Bunlara ek olarak doğaya olan saygının ön plana çıktığı hizmet konseptleri ön plana çıkacak ve hiç şüphesiz ki sosyal ağların kullanım oranları ve uygulamaları artarak devam edecektir."





Hedef; uluslararası standartlara ulaşmak

Lujo, uluslararası standartlara uygun olarak eksiksiz hizmet vermek, 2018 yılında konaklayacak tüm misafirleri ile tesisi olgunlaştırmak ve müşteri memnuniyetini iyi analiz ederek en üst seviyeye taşımak için 2018 yılını gelecek sezona projeksiyon almayı hedefliyor.





RENOVASYON



Turizm dünyada rekabetin en yoğun yaşandığı sektörlerden biri. Bu artan rekabet ortamının gereği olarak sektörü ayakta tutacak, devamlılığını sağlayacak, yeni kaynak ve pazarlar ortaya koyacak zorunluluklardan biri de şüphesiz renovasyon yatırımları.
Salt eskiyen ve yıpranan alanları sil baştan yenilemek değil; dünyadaki değişen trendlere, toplumsal ve teknolojik gelişmelere uyum sağlayarak... Hizmet kalitesi kadar fiziksel yenilemeleri de projenin bir parçası ve amacı olarak görerek... Renovasyonu öylesine bir alternatif olmaktan çıkarıp zorunluluk gibi algılamaya başlayarak...
Bu sayımızda turizmin geleceği olarak gördüğümüz "renovasyon"u turizm profesyonelleri ve ana tedarikçilerinin ağzından, iki farklı bölümde, pazara ilişkin değerlendirme ve röportajlar eşliğinde sayfalarımıza taşıyoruz.

Akgün Istanbul Hotel
20 milyon TL'lik renovasyonda sona geldi

İstanbul otelciliğinde 25 yılı geride bırakan Akgün Istanbul Hotel, 2008 yılında başlattığı yenileme çalışmalarında sona yaklaştı. Yaklaşık 20 milyon TL bütçeyle aşama aşama renove edilen beş yıldızlı otelin yenileme çalışmaları son fazda lobi dekorasyonuyla son bulacak.

İstanbul otelciliğinde 25 yılı geride bırakan Akgün Istanbul Hotel, 2008 yılında başladığı yenileme çalışmalarına dış cephe kaplaması, oda katları, odalar, süitler, balo salonu, toplantı salonları, havuz, cafe restaurant, TERAS SKY Lounge'nin yanı sıra network sistemleri, havalandırma, ses, izolasyon, sıcak su tesisat yenilemesinden sonra lobi dekorasyon çalışmalarıyla aşama aşama devam ediyor. Yaklaşık 20 milyon TL yatırımla yenilenen beş yıldızlı otelin etik, ergonomik ve ekonomik hizmet anlayışı doğrultusunda turizme kaliteli hizmet sunmaya devam edeceğini beliren Akgün Istanbul Marka Direktörü Sevda Yılgaz, "Yenilenen yüzümüzle 2018 yılında misafir çeşitliliğimiz artırarak, değişen misafir profiline üstün hizmet anlayışımızla dünyada süregelen krizleri önemseyerek yolumuza devam ediyoruz." diyor.

Yılgaz: "Renovasyon markanın güvenirliğine de büyük ölçüde yatırımdır"

"Renovasyon; yenileme iyileştirme 24 saat yaşayan yapıların olmazsa olmazı. Oteller gibi 24 saat işleyen yapılaryoğun kullanım özelliği olan malzeme üretiminin itici gücü olurken yaratıcılığın bitmek bilmeyen alanları. Sanatın teknikle, işçiliğin ergonomiyle bütünleştiği renovasyon markanın güvenirliğine de büyük ölçüde yatırımdır." diyen Yılgaz, projeyle ilgili detayları ise şöyle aktarıyor:

"Akgün Istanbul Hotel olarak yenileme çalışmalarımıza 2008 yılında Süha Sezgin Mimarlık ile fibrobeton dış cephe kaplamaları ile başladık. Aşama aşama yıllar içinde devam ettiğimiz yenilemelerimiz oda katları, odalar, süitler, balo salonu, toplantı salonları, havuz,



Akgün Istanbul Marka Direktörü Sevda Yılgaz




cafe restaurant, TERAS SKY Lounge'nin yanı sıra network sistemlerimiz, havalandırma, ses, izolasyon ile devam etti. 2010 yılında Eren Mühendislik tarafından projelendirmesi yapılan sıcak su sıhhi tesisat yenilememizi yaptık."

Akgün odaları artık daha rahat, konforlu ve ferah...

Akgün Istanbul'da konaklayanlar proje kapsamında yenilenen odalar ve süitler ile de modern içmimari ve dekoratif öğeleri keşfetme olanağı buluyorlar. Akgün odalarının artık daha ferah ve geniş bir imkanda misafirlerine hizmet verdiğini anlatan Yılgaz, şöyle devam ediyor:

"Odalarımız 5 metrekare genişlerken aynı zamanda bir oturma grubu ile de zenginleştirilerek daha ferah ve keyifli bir konuma getirildi. Bununla beraber odalarımızdaki halıları kaldırdık ve zemin kaplaması olarak parke kullanmaya başladık. Gizli ışık sistemiyle aydınlatmalarımızı yaptık, TV ünitesi makyaj- çalışma masası bütünü oluşturuldu. Cephe çalışması esnasında tüm odalarımızda balkonları içeri almıştık. Süit odalarımız tekstil, yatak, oturma ve çalışma bölümleriyle yeniden tasarlandı. Banyolar tesisat, ıslak zemin malzemelerinin değişimiyle birlikte duş- küvet imkanını ayrı ayrı sunan bir konfora kavuştu.

Modern yüzüyle, 'TERAS SKY LOUNGE'

Otelin yenilenen alanlarından biri de, teras bölümü. Açıldığı yıllarda Çin restoranı olarak hizmet veren mekan modern yüzüyle TERAS SKY LOUNGE olarak hizmet vermeye başladı. Konuklarına eski İstanbul'a tepeden bakma ayrıcalığını yepyeni konseptiyle de yaşatan Akgün Istanbul Hotel, lobi ferahlığındaki kat koridorlarında da duvar kağıdı, halı ve ışıklandırma sistemi yenilemelerini tamamladı. Yıllar içinde aşama aşama renove edilen beş yıldızlı otelin yenileme çalışmalarının son fazda lobi dekorasyonuyla tamamlanması hedefleniyor.





Kimlerle çalışıldı?

Odalar (Tüm Mobilyalar)	Alman Teknik
Kapılar	Güvener Ahşap
Tekstil Ürünleri	Evada Tekstil
Zemin Kaplamaları	Serfloor Parke
Yatak	Altın Yıldız
Havuz (Kaymaz Seramikler)	Çanakkale Seramik
Armatür	E.C.A

Timur Bayındır: "Antalya, İstanbul, Aydın, Muğla teşvikleri yeni yatırımlar yerine renovasyon yönünde düzenlenmeli"



Türkiye otellerinde renovasyon ile ilgili değerlendirmelerde bulunan Türkiye Otelciler Birliği (TÜROB) Başkanı Timur Bayındır, renovasyonun günümüzde konaklama sektöründe önemli bir pazar haline geldiğini ve rekabet gücünü tetikleyen önemli bir unsur olduğunu belirterek, "Tüm yapılar gibi oteller de zaman içinde kullanım yoğunluğuna ve doğal etkenlere bağlı olarak yıpranıyor. Yapılan çalışmalar, 10 yaşını geçen turistik otel ve tesislerde renovasyon çalışmalarının kaçınılmaz olduğunu gösteriyor. 10 yıllık sürenin 7-8 yıla çekilmesi ve otelin tesisat, yapı, makine ve ekipmanlarının belirtilen sürelerde yenilenmesi gerektiğine işaret ediliyor. Islak hacimli mekanlarda ve ortak kullanım alanlarında yenileme çalışmalarının ise 4-5 yıl aralıklarla yapılması gerektiği vurgulanıyor.
Yenileme sürecinin başarılı olmasını sağlayacak en önemli unsur; zaman, para ve amaçlanan fonksiyonel iyileştirme hedeflerinin doğru ve gerçekçi şekilde belirlenmesidir. Renovasyon esnasında göz önünde bulundurulması gereken bir diğer unsur ise, hızla değişen müşteri trendlerinin karşılaması ve rekabetin sağlanabilmesidir. Bu nedenle hedeflenen müşteri profilinin iyi tespit edilmesi, renovasyonda oldukça önemli husus olarak öne çıkıyor.
Ayrıca, tesisin ömrünü uzatabilmek ve sürdürülebilir turizm olanakları oluşturabilmek için yenileme çalışmalarının desteklenmesi gerekiyor. Turizmde başlatılacak bir renovasyon hareketi onlarca farklı sektörde hem bir ekonomik canlanma yaratacak hem de Türkiye'nin turistik imajına olumlu katkı sağlayacaktır." dedi.

"Yenileme yapmayan oteller rekabetin gerisinde kalma riskiyle karşı karşıya kalıyor"

Doğru renovasyonun temel kriterleri, otellere kattığı rekabet gücü, renovasyon sürecinde yaşanan sorunlar ve otel ekipmanlarının ekonomik kullanım ömrünün önemine vurgu yapan Timur Bayındır, "Dünyanın değişim hızına paralel olarak, müşteri profili de değişiyor. Bu değişim karşısında konaklama sektöründe beklentiler ve müşteri talepleri farklılaşıyor. Müşterilerinin taleplerine cevap vermek isteyen işletmeler çözümü renovasyonda buluyor. Özellikle otellerin gelir getiren kafe, restoran, bar gibi iç işletmelerine yönelik yenilemeler, trendler takip edilerek sürekli güncel tutulması gereken alanlar olarak ön plana çıkıyor. Otellerde yenileme yatırımları, rekabete paralel olarak her geçen gün artış kaydediyor. Satış-pazarlama gücünü artırmak isteyen eski tesisler, pazardaki etkinliğini arttırmak için yenileme yolunu seçiyor. Yenilemeye gitmeyen oteller ise, rekabetin gerisinde kalma riskiyle karşı karşıya kalıyor." diye konuştu.

"Yeni yatırımdan çok renovasyona ağırlık verilmeli"

Turizmin içinde bulunduğu sıkıntılı dönem dikkate alındığında bu dönemde yeni yatırımdan çok renovasyona ağırlık verilmesi gerektiğini kaydeden Bayındır şöyle devam etti: "Ancak yeterli değil. 2017 yılında 49 otel için toplam 464.9 milyon TL tutarında teşvik başvurusu yapıldı. Yeni tesis yatırımlarıyla ilgili de bilgi vermek gerekir. Yeni tesis yatırımları hızla sürüyor. 2017 yılında 3 milyar 29 milyon TL tutarında teşvik bazlı yatırım başladı. Bu rakam bir önceki yıla göre yüzde 2.5'lik bir artışı ifade ediyor. Bu yatırımlar 56 ilde toplam 33 bin 257 yataklı 192 projeyi kapsıyor. Ocak - Aralık 2017 döneminde, yatak sayısında 2016 yılına göre düşüş yaşanırken, yatırım tutarında artış gözlemleniyor. 2016 yılında 42 ilde toplam 39 bin 673 yataklı 187 otel projesi toplam 2 milyar 928 milyon TL'lik teşvike bağlanmıştı. 2017 yılında Antalya ve İstanbul 18'er, İzmir 14, Muğla 13 ve Trabzon 11 otel ile en fazla yatırım yapılan iller oldu.

"Yeni yatırıma değil, yenilemeye ihtiyaç var"

Bu yıl herhangi bir olumsuzluk yaşanmazsa yatırımlardaki artış devam edebilir.
Ancak her zaman belirttiğimiz gibi artık İstanbul ve Antalya yeni yatırımlara doydu. Yatırımların Anadolu'ya yayılması gerek. Ancak bunu yaparken de planlı yatırımlar yapılmasına dikkat etmek gerek. Otel yatırımlarının dağılımındaki dengesizlik, kırılgan yapıdaki sektörümüzü olumsuz yönde etkiliyor. İstanbul, Antalya ve Muğla illerimizde yoğunlaşan otel arzı, sektördeki karlılığı düşürürken, oluşturduğu fiyat eksenli rekabetle de kaliteyi olumsuz yönde etkiliyor. Bu olumsuzluğun önüne geçebilmek için mevcut teşvik sisteminin güncel gelişmeler ve sektörel realiteler doğrultusunda yenilenmesi zorunlu hale geliyor. İhtiyaçlar çerçevesinde uygulanacak doğru teşvikler sayesinde, yatırımlar yurt genelinde ihtiyaç duyulan bölgelere doğru yönlendirilirken, mevcutların da kârlı ve sağlıklı bir şekilde işletilmesi sağlanabilir. İstanbul ve Antalya'daki yatak arzı sektörü tehdit eder boyuta ulaştı. Ortaya çıkan tehlikenin önüne geçmek için, Ekonomi Bakanlığı ile Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın -sektör temsilcilerinin de içinde yer aldığı- 'Turizm Yatırım İzleme Kurulu'nu hayata geçirmesi gerekiyor. Bu kurulun, arz-talep dengesine uygun olarak, milli kaynakların daha verimli kullanılması için önemli. Konaklama sektörü yatırımlar açısından cazibesini sürdürürken, maalesef yenilemelerin aynı durumda olduğunu söyleyemiyoruz. Bu konuda adımlar atılmalı. Antalya, İstanbul, Aydın ve Muğla'da yıpranma sürecine giren birçok otel bulunduğu göz önüne alınmalı ve bu illerimize verilecek teşvik belgelerinde yeni yatırımlar yerine, daha çok mevcut yatırımların modernizasyonu ve renovasyonu yönünde düzenleme yapılmalı."

Hüseyin Baraner renovasyonda sosyal entegrasyona dikkat çekti, “Ancak lokali yakalayarak fiyatlarını artırırsın” dedi



Turizmde 41. yılına giren TÜRSAB Yurt dışı Temsilcisi Hüseyin Baraner, otellerde renovasyon çalışmalarını değerlendirdi. “1978 yılından bu yana sektörün içindeyim. Türk turizminin yaşadığı bir sürü evrimi, değişimi, yenilenmeyi, eskimeyi yaşadım.” diyen Baraner” otel yenilemeleriyle ilgili tespit ve önerilerini şöyle paylaştı:

Birincisi, bir teknik renovasyon var. Borular eskir, yenilenir, elektrik kabloları eskir, yenilenmek mecburiyetindedir. Bu bir teknik renovasyondur. İkincisi, bir felsefe, bir bakış, yeni renk, yeni koku, yeni ses, yeni dünya renovasyonudur. Sadece yenileme değil, yeni dünyalara açılma, otelin içine yeni sesleri, yeni renkleri çekme çabasıdır. Biz de bazen olaylara çok teknik bakılıyor çünkü. Renovasyon bu söylediklerim yapılırsa her zaman bir otel içinde yeni bir başlangıçtır.
Üçüncü olarak, bu da meşhurdur, bir sistem değişikliğine gidilebilir. Renovasyonu bir vesile göstererek uzun zamandır verdiği hizmet türünü de yenileyebilir. Mesela çok iyi bir et restoranını kapatıp onu sushi bara veya bir vegan restorana dönüştürebilir.
Bu da renovasyon için çok büyük bir şanstır. Renovasyon sadece otelin yapı malzemelerinin yenilenmesi değildir çünkü.

“Dünyanın geleceğine entegrasyonu Türkiye tam olarak anlayamadı”

Dördüncü olarak da, özellikle bugünlerde renovasyon dünyanın geleceğine yeni bir entegrasyondur. Mesela sürdürülebilir malzemelerin kullanılması ve bunun müşteriye bildirilmesi. Borusundan duvara yapıştırılan kağıdına kadar, tutkalına kadar sürdürülebilir, doğaya zarar vermeyen malzemelerden yapıldığını müşteriye aktarmak büyük önem kazandı. Türkiye bunu tam olarak anlayamadı, onun için söylüyorum. Bunu yeni bir marka çalışmasında veyahut marka güçlendirmesinde kullanabilirler. Bakın biz yeniliyoruz ama sürdürülebilir, doğaya zarar vermeyen, doğayı destekleyen şu malzemeyi alıyoruz diyebilirler.
Bunun yanında yine aynı şekilde renovasyon yapılırken içerdeki çok eskimiş, artık kullanılamaz hale gelmiş, müşterinin kullanacağı malzemeleri yeni dünya anlayışına uygun olması önemlidir. Yataklar, teknolojileri, odaların ısınma teknikleri gibi. Bakıyorsunuz herkes bende speed klima var diyor, bazen kontrolsüz bir şekilde 24 saat yanıyor, elektrik harcanıyor. Yeni sistemlere yatırım çok önemli.

“Oteline ne kadar lokal insan çekersen fiyatların da o kadar artar”

Bunun dışında odaların içine doğayı daha çok sokmak önemli bir nokta. Bizde şöyle bir anlayış vardır, Git Filipinler’e bir gemi yükle, 3 euroya masa, 30 euroya ayna, oteli yepyeni yapıyorsun. Gıcır gıcır yapıyorsun ama çok görkemli görünse de bunlardan arınmak lazım.
En önemli noktaya gelir isem; renovasyon aynı zamanda bulunduğun lokasyonun sosyal entegrasyonudur. Oteli öyle bir renove edersin ki, orada bulunanlar da otele gitmeye başlar. Bu çok önemli. Renovasyonda öyle çalışmalar yapman lazım ki, çevredeki insanların da müşteri veyahut buluşma noktası olarak oteline çekebilesin. Oteline ne kadar lokal insan çekersen fiyatların da o kadar artar. Çünkü lokal insanların girmediği otelleri gerçek anlamda dünya markası yapamıyorsun.”



Tamer Yürükoğlu

Otelcilik Yatırım ve Yönetim Danışmanı

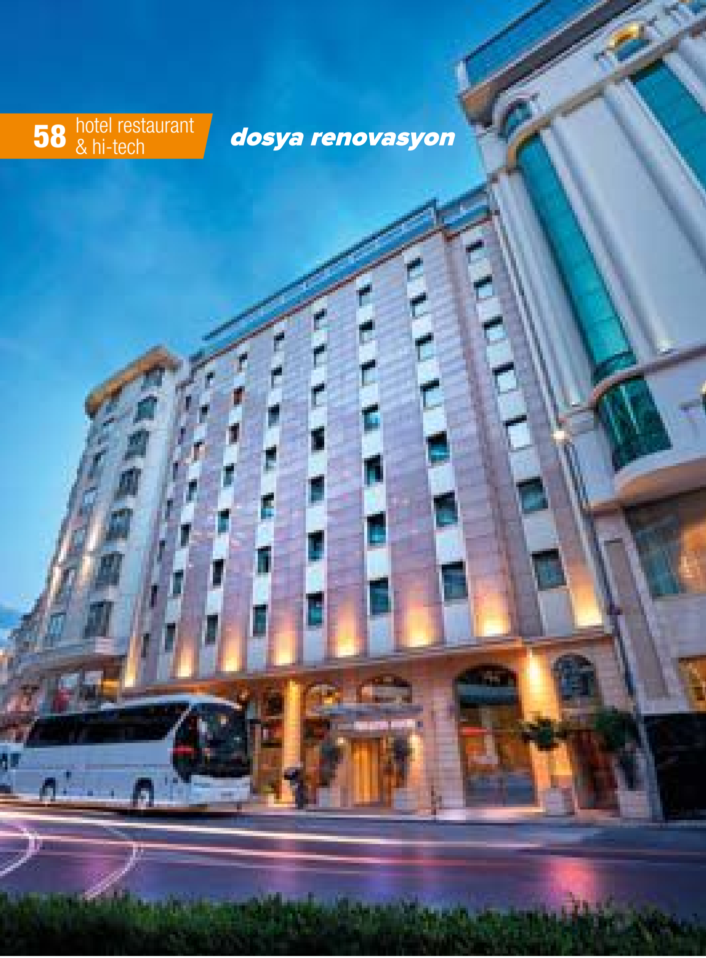
“Renovasyon yapmayan oteller rekabetin gerisinde kalmayı da göze alsın!”

Günümüzde konaklama sektörü açısından renovasyon, yatırımcının otelini yeni ve bakımlı tutmak ve ekonomik ömrünü uzatmanın ötesinde bir anlam taşıyor.
Gelişen ve değişen dünyamızda, beklentiler de hızla değişmektedir. Bu değişimin karşısında, gerek teknolojik gerekse dekorasyondaki yenilikler anlamında oteller bu değişime ayak uydurmak durumundadır. Renovasyon, tesisin mevcut yıpranmışlığını giderirken, konukların zaman içinde değişen beklentilerine cevap verecek ve teknolojideki hızlı değişime ayak uyduracak uygulamaları yapmak için de iyi bir fırsattır.
Diğer yandan renovasyon artan enerji maliyetleri, azalan doğal kaynaklar ve çevre bilinci nedeniyle daha az tüketen ve daha az kirleten yeni nesil cihazlarla donatılan oteller, yatırımcısına kazandırdığı kadar dünyamız ve insanlık için de çok önemlidir. Tüm bunları karşılamak için oteller, "giyilebilir teknoloji", "yapay zeka" ve "sanal gerçeklik" gibi son zamanlarda çok sık duymaya başladığımız teknolojik özellikleri ve çevresel sürdürülebilirlik amaçlı yenilikçi uygulamalarını renevasyon planlarına dahil ediyorlar.

Renovasyon oteller için şarttır. Renovasyon yapmayan oteller rekabetin gerisinde kalır. Kendini yenilemeyen, konuklarının beklentilerini karşılayamayan otellerde fiyat/değer denkleminin bozulmasından dolayı misafir memnuniyeti düşecek, müşteri profili değişecek, iş ve gelir kaybı ortaya çıkacaktır.

“Renovasyon rekabet gücünün artırılması için fırsattır”

Günümüzde renovasyon, oda tiplerinin yeniden sınıflandırılması ve otelin pazarda yeniden konumlandırılarak rekabet gücünün artırılması için bir fırsat olarak görülüyor.
2014 yılında HVS tarafından renovasyon yapılan ve yapılmayan oteller arasındaki farkı pazar paylarındaki artış açısından karşılaştıran bir çalışmaya göre; 2004 -2011 yılları arasında sekiz yıl boyunca 46 otelin doluluk oranları, fiyatları ve REVPAR (oda başı ortalama gelir) performansları incelenmiş. 2008 ve 2009 yıllarında bu otellerden sadece 18'i kapsamlı bir renovasyondan geçmiş. Renovasyon yapılmamış otellerin fiyat, doluluk ve REVPAR'ındaki dalgalanmalar pazarın tümüyle aynı eğilimde seyrederken, renovasyon yapılmış otellerin performansı (REVPAR Penetration rate) yapılmayan otellere göre çok büyük artış göstermiştir.
Otel renovasyonu, Soft ve Hard olarak iki kategoride ele alınır. Soft renovasyon; tekstil ürünlerinin değiştirilmesi, boya yapılması,eskiyen halı ve duvar kağıtlarının değiştirilmesi gibi oteli bakımlı ve temiz tutabilmek için yapılan yenilemelerdir.
Hard renovasyon ise oteli yeniden konumlandırmak, misafirlerin beğenisini kazanmak ve beklentilerini karşılamak amacıyla yapılan iç ve dış mimari değişiklikler, modernizasyon, yeni teknolojik uygulamalar, odalar - lobi ve outletlerde yenilemelerdir.
Her ne kadar otel renovasyonu otelin bulunduğu yere (yazlık-kışlık) ve otelin konumlanmasına (yıldız-tema, uluslararası zincir vs.) göre değişiklikler gösterse de son zamanlara kadar aşağıdaki yenileme takvimi kabul görmüştür. Ancak yeni otellerin açılması, hızlı teknolojik gelişmeler bu sürelerin daha da öne çekilmesi ihtiyacını ortaya çıkarmıştır.





22 yıllık Feronya Otel renove ediliyor



İstanbul'un kalbinde, Taksim Talimhane bölgesinde 22 yıldır turizme hizmet veren Feronya Otel, 2016 yılında başlattığı yenileme çalışmalarına aşama aşama devam ediyor. Geçen süreçte odalar ve genel alanlar kapsamında yenileme faaliyetlerini sürdüren dört yıldızlı otel, 2 milyon TL bütçe ayırdığı projeyi 2018 ilkbaharında tamamlayarak konuklarını yeni yüzüyle ağırlamayı hedefliyor.

Silahtaroğlu: "Yenileme için 2 Milyon TL bütçe ayırdık"

Renovasyon projesine ilişkin bilgiler aldığımız Feronya Otel Genel Müdürü Ülfet Silahtaroğlu projeyi şöyle anlattı: "Otelimizde açıldığımız günden itibaren misafirlerimizin memnuniyeti ve beklentileri önceliğimiz oldu. Bu doğrultuda aldığımız bir karar ile 2016 yılından başlamak üzere2 Milyon TL tadilat bütçesi ile çalışmalarımızı planladık. 102 oda, 1 ana restoran, 3 toplantı salonu, snack bar ve lobi bardan oluşan 4 yıldızlı otelimizde, kadın yöneticilerin olma avantajını da kullanarak, tüm detayları ile misafirlerimize evlerinin sıcaklığını yaşatmak ve en iyi hizmeti vermek genel bakış açımızdır. Bu anlamda hemen her yıl düşük sezonlarda elimizi otelin üstünden hiç çekmeyerek; zaman zaman minik dokunuşlarla zaman zaman da kapsamlı değişikliklerle otelimizi yeniliyoruz. Son yıllarda yaptığımız tadilatlarımızda önceliğimiz misafirlerimizin konforunu arttırmak olmuştur.

"Hijyene öncelik verdik"

Silkar Holding iştiraklerinin malzeme ve hizmet destekleri ile çalışmaları sürdürülen yenileme çalışmasında hijyen konusuna ayrıca önem verdiklerini anlatan Ülfet Silahtaroğlu, "Bu çerçevede halı ile kaplı olan odalarımızı tamamen parke ile yeniledik. Banyolar komple kendi bünyemiz olan Silkar Madencilik'ten özenle seçilmiş yüzey kaplamaları kullanılarak yenilendi. Tüm tekstil ürünlerini değiştirdik, yataklarımızı yeniledik, ek yatak kullanımı için ana yatak rahatlığında yenilerini aldık, aynı şekilde oda koltuk döşemelerimiz yenilendi. Zaman içinde verimini yitirdiğini düşündüğümüz oda klimaları son teknolojiye uygun ürünlerle değiştirildi. Oda TV'leri değiştirildi, duvar kaplamaları yenilendi ve boyandı.

"Çalışanlarımızı da düşündük"

Genel alanlarımızda ise; alt yapı su tesisatları, ısıtma ve soğutma sistemleri yenilendi, asansörlerimiz değiştirildi. Lobi ve bar koltuk döşemeleri yenilendi, ahşap alanlar cilalandı. Misafir alanları dışında personel kullanım alanları da tamamen renove edilerek çalışanlarımız için de huzurlu bir çalışma ortamı sağlandı."



2018 ilkbaharında tamamlanması planlanıyor

Feronya Otel'in yenileme çalışmaları teknik hizmetler aşamasında Silkar Şirketler Grubu bünyesindeki teknik ekipten, mimari hizmetleri ise Silkar Mermer -Mozaik ürün proje tasarımlarını yürüten Ayşenur Arık ve beraberinde ki profesyonel ekip tarafından yürütülüyor. Silahtaroğlu, "Projenin son ayağında kahvaltı salonumuzun tadilatını yapmaktayız. 150 kişi kapasiteli aydınlık salonumuzu komple yeniliyoruz. Yer kaplamaları, perdeler, klima sistemleri vs. tamamen değiştiriliyor. 2018 ilkbaharında yenilenme çalışmalarımızı tamamlamayı, misafirlerimize çok daha memnun olacakları bir ortam da en iyi hizmeti vermeyi amaçlıyoruz." dedi.

GURME İZMİR

fuarizmir

EKOLOJİ

OLIV TECH

9th EKOLOJİ İZMİR FUARI
EKOLOJİ İZMİR FAIR

ekolojiizmir.izfas.com.tr



olivtech.izfas.com.tr

8th ZEYTİN, ZEYTİNYAĞI, SÜT ÜRÜNLERİ, ŞARAP VE TEKNOLOJİLERİ FUARI
Olive, olive oil, dairy products, wine & technologies fair













BU FUAR 5174 SAYILI KANUN GEREĞİNCE TOBB (TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ) DENETİMİNDE DÜZENLENMEKTEDİR

THIS FAIR HAS BEEN ARRANGED ACCORDING TO THE LAW OF 5174 BY TOBB (TURKISH UNION OF STOCK EXCHANGES AND CHAMBERS)

Seçim Aydın
Anadolu Kültür ve Turizm İşletmecileri Derneği (ATİD) Yönetim Kurulu Başkanı

"Yenilenecek otellere teşvik desteği ve vergisel kolaylık sağlanmalı"



Yenilemeyi aynı zamanda yenilenme ve tazelenme, geçmişi gözden geçirme gereği olarak ele alınması gereken çok yönlü bir yatırım ve turizm işletmelerinde yaşam döngüsü faaliyeti olarak değerlendiriyorum.
Turizm işletmelerinin yapı, hizmet ve teknoloji olarak yenilenmesi ülke algısına sağlayacağı katkılarla tanıtım açısından da olumlu etkiler oluşturacaktır.
Bu bağlamda genel olarak 5 yıllık dönemlerde ve en çok 10 yıl içeresinde yapılması mutat olan yenileme yatırımlarının teknoloji ve hizmet açısından daha sık olarak yapılması düşünülmelidir.
Teknolojinin çalışanlar, yönetim, maliyet ve müşteriler açısından sağlayacağı katkılar fiziki düzenlemelerin ötesinde etkiler yaratmaktadır. Söz gelimi yeni bir anlayış olan sanat otelleri, katlara ekledikleri tablolar ve renkler nedeniyle farklı izlenimler bu kapsamda gelişmektedir.
Yapıldıkları dönemde Akdeniz Bölgesi'nin en yeni ve modern tesisleri olarak kabul edilen sahil ve şehir işletmelerimizin bu algısının devamı açısından teşviklerle desteklenmesi, yıllık amortismanlar dışında ayrılacak paylara da vergisel kolaylıklar sağlanması yerinde olacaktır.
Turizm piyasamızı oluşturan endüstri 4.0 gelişmelerinden etkilenen toplumlar ve kişilerin beklentileri de bu yönde gelişmekte olduğundan, AR-GE faaliyetleri de sektör ve işletmeler bazında yenilenmeye yol açan etkileri nedeniyle özel olarak desteklenmeli ve ayrıca yenileme (renovasyon), yenileşme (inovasyon) giden yolu açan faaliyetler olarak değerlendirilmelidir.
Yenileme yatırımlarında ve hizmetlerde turizmin doğa dostu bir faaliyet olarak sürdürülmesi için dünya çapında oluşan anlayışın ülkemizde de var olduğunu gösterecek izlere de yer verilmelidir.

Silivre turizmine taze kan
Grandma's Wonderland /The Barn

20 yıllık çiftliklerini Grandma's Wonderland adında 7 odalı butik otele çeviren Akbayır ailesi, eski atları Veronika'nın ahırını da bir senelik renovasyonun ardından The Barn adını verdikleri restorana dönüştürerek turizme yepyeni bir soluk getirdi.



Silivri'nin Akören yolu üzerinde, İstanbul'a sadece 45 dakika uzaklıkta konumlanan Grandma's Wonderland'ın renovasyon ile beraber değişen yeni yüzünü ve hizmetlerini Grandma's Wonderland'in sahibesi Özgün Akbayır anlattı...

Grandma's Wonderland'in renovasyon süreci ne kadar sürdü, projenin detaylarından biraz bahseder misiniz?

Daha önce çiftlik evi olarak kullanılan ana bina ve ahır olarak kullanılan bugünkü restoranın çevre düzenlemesi ile son halini alması 2 yıl sürdü. Hala da işimiz bitmedi, çiftlikte yaz -kış durmayan ve ihtiyaca göre şekillenen bir yenilenme süreci var.

Toplamda ne kadar maliyet çıktı?

Otel ve The Barn'ın renovasyonunun 2013-2015 arasında yapılan ilk fazı 600 bin dolar, 2017 yazında biten ikinci fazı ise yaklaşık 1 milyon doları buldu. Bunun içinde çiftliğin dış güvenlik duvarlarının güçlendirilmesinden güneş enerjisine geçiş maliyetlerine kadar geniş yatırım kalemleri var. 1997-2005 arasında süren ve burayı boş bir tarladan bu hale getiren ilk büyük projeyi saymıyoruz tabii.

Projeyi hangi mimarlık ofisiyle birlikte yürüttünüz?

Tüm proje çiftliğin sahibinin elinden çıktı. Aslen avukat olan ve çiftliğe adını da veren



"Grandma" bir mimarla çalışmak yerine projeyi hayal edip, çizip, ustalarla birebir çalışarak başında olmayı tercih etti. İnşaat ve altyapı tarafında ise "Grandpa" nın emeği var. GW baştan sona bir aile projesi yani.

Odaların konseptlerinden bahseder misiniz?

Tüm odalar birbirinden farklı karakterleri ve yaşanmışlıkları anlatıyor. Birinci katta iki kişilik standart ve deluxe double





odalar. En sevilen odalar şömineli olanlar. Otto adını banyosundaki Türk hamamı uyarlamasından alıyor. Romantik ve sade bir havası var. County ise daha sıcak tonların hakim olduğu tam bir kasabalı. Suitlerden Sunrise şöminesi, göz alabildiğine tarlalara açıklan camları ve jakuzisi ile yine en romantik odalardan. Sunset gölete bakan balkonlu suit, gün batımının en keyifle izlendiği odadır. Tüllerle kaplı yatakları ve kalp oymalı mobilyalarıyla şömine keyfini aratmayacak sıcaklıkta bir odadır. Moonlight suit ise adını çatı katının manzarasından alır. Kingsize bir yer yatağının hakim olduğu çatı katı çiftliğin ilk projesinde odaya dahil olmayan bir gözlem kulesiydi. İlk renovasyonda alt kattaki oda ile birleştirilip bir dubleks suit elde edildi.

Otelde şimdilik 7 oda var ama yakın zamanda 20 odanın üstüne çıkmayı planlıyoruz. Yeni projede otele bir de SPA eklemeyi amaçlıyoruz. Büyürken mimari bütünlüğü bozmadan yine taş-demir-ahşap uyumunu yakaladığımız odalar ve ortak alanlar yaratacağız. Açık kort ve sahalar da misafirlere yürüyüşten daha geniş bir spor olanağı sağlayacak.



Grandma's Wonderland'in sahibesi Özgün Akbayır

Projenin bir ayağında da restoran var. The Barn'ı konsepti ve mutfağıyla anlatır mısınız?

The Barn'da çoğu 46 dönüm üzerine kurulu Grandma's Wonderland'in bağ ve bahçesinde yetişen meyve ve sebzelerle hazırlanan tabaklar sunuluyor. Pancar salatası, pastırmalı mısır çorbası, pazı mücver, isli yoğurtla servis edilen kaz tirit; karalahana mıhlama, confit yer elması ve karamelize arpacık soğanla tabaklanan kuzu sırt kış menüsünde yer alan lezzetlerden.

Mutfakta Şef Gürkan Tümsek yönetiminde 3 kişilik bir ekip çalışıyor. Mutfakta kullanılan taze otlar restoranın bahçesindeki sebze yataklarından geliyor. Kestane muhallebi, kestane toprağı ve kestaneli dondurmadan



glucan "Kestane Üçlemesi" ile tahinli pastacı kreması ve kaymaklı dondurma ile hazırlanan "Çıtır Kabak Tatlısı" ise Silivri'ye gelmek için küçük bir bahane olabilir.

Bağlar ve meyve bahçelerinin ortasında kurulu The Barn'ın gölet manzaralı taş binasında pazar günleri de brunchlar düzenleniyor. Dinlendirilmiş yerel peynirler, meyve ağaçlarından ev yapımı reçeller, bahçenin yeşilleri, ızgarada pişen sucuklar ve hellimler, ev yapımı artisan ekmekler ve sıcak pişi brunch büfesinin en sevilenleri arasında.





Otelinizi döngüsel tasarlayarak yenilemeyi düşünün bir de!

A Mimarlık Kurucusu / Döngüsel Tasarımcı Özgül Öztürk Türkiye'de çok yeni bir odak noktası olan "döngüsel tasarım"ın otel yenilemelerindeki önemini ve sektöre sağlayacağı faydaları anlattı…

İçinde barındırdığı alt sektörlerle beraber Türkiye'nin lokomotif sektörlerinden biri olan turizmde mimari yapılar otellerin renovasyon süreçlerinde, ekolojik bilinci teşvik ederek ve destekleyerek ekonomiye katkı sağlamak, enerjiyi daha verimli kullanmak ve doğayı koruyarak yarınlara yaşanabilir bir dünya bırakmak önceliğimiz olmalıdır. Küresel olarak iklim değişikliği, nüfus artışı ve sınırlı kaynakların neden olduğu baskılarla karşılaşıyoruz.

Döngüsel Tasarım, gezegenimizin sınırlarını aşmamamızı sağlayacak şekilde yaşam tarzımızı dönüştürmeyi hedefleyen, daha büyük, bütünsel bir konsept olan döngüsel ekonominin bir parçasıdır. Amacı etkin süreçler, atık koruma, yeniden kullanım, tamir, yeniden üretim, geri dönüşüm ve ileri dönüşüm yoluyla daha az kaynak kullanımdır. Malzeme döngülerine odaklanmak ve yenilenebilir kaynaklardan elde edilen enerjiyi kullanmak öncelik olmalıdır.

Renovasyonda "odak" noktası olarak Döngüsel Tasarım, projeye olduğu kadar tesise de değer katacak, fark ortaya koyacaktır. "Şık, modern otel" tasarımına bu anlayışı eklediğinizde işin sonunda yüksek sınıf tasarım, modern şaşkınlığa dönüşür.

"İç mekan düzenlemelerinde renk, doku, aydınlatmaya dikkat edilmeli"

Mekanda renk, ışık kullanımının insan psikolojisi ve hatta fizyolojisi üzerinde, tasarıma bağlı, olumlu ya da olumsuz etki eden bir faktördür tasarım. İç mekan düzenlemelerinde, mobilyaların tasarlanmasında, renkler, biçimler, dokular ve aydınlatma gibi unsurlar sayesinde çok farklı atmosferler yaratılabilir. Tasarlanan her bir atmosferin ve mobilyanın o yaşam alanında eylem yapan insanlar üzerindeki psikolojik etkileri de farklıdır. Renklerin mekanlara ve insana yansıması ayrıca bir konu başlığı olarak önemlidir. Aynı rengin koyu tonları bir mekanda sıkıcı ve iç karartıcı bir etki uyandırabilir. Kullanım yeri dikkate alınmalıdır. Canlı ve sıcak renkler "hızlı yemek" – fastfood gibi hareketin yoğun olduğu mekanlarda kullanılırken; daha dingin, sakin mekanlarda rahatsız edici bir etki bırakabilir.

Tasarlanan her atmosferin ve mobilyaların, o yaşam alanında eylem yapan insanlar üzerindeki psikolojik etkileri, mekânlara göre insanların hissettikleri duygular ve dereceleri de farklıdır.

Yenilik cesaret ister!

Dünyada genel olarak bir dönüşüm var. İnsanların yaşam biçimleri, kullanım alışkanlıkları hızla değişirken, hitap edilen kullanıcı için tasarım kriterleri de bu değişime ayak uydurmalıdır. Ana giriş, lobi çok ağır mobilyalar yerine, alanlar çok amaçlı kullanıma uygun tasarlanmalı, yalın minimal anlayış kalite ve konfordan ödün vermeden ön planda tutulmalıdır. Aynı otelde beş yıldır konaklayan müşterilere, aynılıktan kurtulan, değişim ve dönüşüme açık, eski mobilyaların geri dönüşüm ve ileri dönüşümü ile yapılan tasarımlar, hareket esnekliği olan objeler, aksesuarlar ile farklılık ve yenilik hissini uyandıracaktır. Yenilik cesaret ister! Bu çaba



için çok büyük bir bütçe ayırmaya gerek yok. Bununla birlikte göstermelik değil, fonksiyonelliği olan teknoloji kullanılmalı. Mesela misafirlerin online olarak kendi başlarına yapabilecekleri şekilde teknolojik bir alt yapı ile kurgulanabilir. Otelde ilham veren, duvardaki bir sanat eserini cep telefonunuzdan satın almanız bile mümkün. Odalarda, tüm ihtiyaçlarınızı telefonunuzu kullanarak, teknoloji yardımıyla televizyondan halledebilir, ama bunu yaparken IT kablolaması metrajını azaltabilirsiniz. Havalandırma sisteminde en son teknolojiyi kullanarak katlarda gerekecek alanları minimize edilebilir. Mekanlar çok amaçlı kullanılarak yer tasarrufu sağlanabilir. Yüksek arsa fiyatları sebebiyle akıllı tasarım ile metrekareler azaltılarak, alanlar verimli kullanılabilir. Sonsuz yaratıcılıkta hiçbir şeyin çözümü tek değildir. İhtiyaçları, öncelikleri iyi belirleyip, yaratıcı bir entegre tasarım ekibiyle renovasyonda fark yaratabilir, değer katabilirsiniz."

Kasım Zoto: “Armada Otel’i en son 2015’te yeniledik, 2018 zor görünüyor”

Turizm sektörünün en büyük problemlerinden bir tanesinin bu belirsizlik ortamında yenilemeden kaçınmaları olduğunu belirten Armada Otel'in sahibi Kasım Zoto, "Şu andaki fiyatlar gibi yarının belirsizliği bu tür masrafların yapılmasını kaldırabilecek güçte değil. İnşallah önümüzdeki seneden itibaren yapmaya başarırız. Yapamazsak zaten işler kötüye gidiyor demektir." dedi. Armada Otel olarak 2015'in sonunda renovasyon çalışmalarını tamamladıklarını belirten Zoto, "Bizim böyle bir şansımız vardı. Krize girmeden yenileme çalışmalarımızı 2015'in sonunda tamamlamıştık. O dönem tüm alanlarımız yüzde 60-70 yenilendi. Tabii sektör için de çok iyi bir yıldı. Ne var ki geçen yıl bir çalışma yapamadık. Bu sene de zor görünüyor. Umut ediyoruz, bir sonraki sene yapabilelim." diye konuştu.





Mustafa Kılıç: “Tavizsiz işletme prensibiyle otel yıpranmaları azaltılabilir”

Şehir oteli konseptindeki bir otelin dinamikleri gereği yılın her günü yenilenmeye açık bir bakış açısıyla değerlendirilmesi gerektiğine vurgu yapan The Parma Hotel Taksim & SPA Genel Müdürü Mustafa Kılıç, şehir otelleri için lokal renovasyonun kaçınılmaz olduğunu belirterek, "Biz The Parma Hotel olarak yedi yıllık bir işletmeyiz, yeniyiz ama bir şehir oteli olduğumuz için de gözümüz sürekli tetikte. Otelin halıları yıpranmışsa eğer, beş sene beklemenize bile gerek yok, halıları toptan değiştirmezsiniz ama lokal yenilemelere gidersiniz." diyor. Türkiye genelinde 2015'ten bu yana gerek müşteri kalitesi gerekse fiyat anlamında bir düşüş yaşandığını ifade eden Kılıç, "Bunun üzerine otellerin yıpranmalarını da koyduğunuzda ortaya çok daha büyük bir sorun çıkıyor. Eskiden 100 TL'ye sattığınız bir odayı bugün 50 TL'ye satıyorsanız ve o oda 100 TL'ye sattığınızdan daha fazla yıpranıyorsa bu çok ciddi bir problemdir" diyor. Resort otelcilikte de durumun farksız olduğunu anlatarak sözlerini sürdüren Kılıç, "Arkadaşlarımız bizlerle oda fotoğraflarını paylaşıyorlar. Bu da yapılır mı artık diyorsunuz. Onlar kendilerince birtakım önlemler geliştirmişler tabii. Neticede her otelin bir işletme ve misafir ağırlama prensibi var. Bu prensiplerden taviz vermemeniz gerekiyor. Yeri geldiğinde misafire 'odada yemek yiyemezsin, yemek yapamazsın" diyebilmelisiniz. Bu bir zorunluluk çünkü bakıyorsunuz yatağın üstünde karpuz yiyenler var. Otel olarak prensiplerinizi baştan koyup kabul ettirebilirseniz otelin yıpranma payını da azaltmış olursunuz" şeklinde sözlerini tamamlıyor.

Osman Ayık: “2018’den itibaren otellerde ciddi bir renovasyon dönemi başlıyor”

Türkiye Otelciler Federasyonu (TÜROFED) Başkanı Osman Ayık, 2018 yılı da dahil olmak üzere önümüzdeki yıllardan itibaren otellerde çok ciddi bir renovasyon döneminin başlayacağını ifade etti. Osman Ayık şöyle konuştu:

"Otel yaşayan işletmeler. Dolayısıyla renovasyon ihtiyacı hiçbir zaman bitmez, müşterilerin talep ve beklentileri de durmaz. Bu nedenle işletmelerimizi sürekli o beklentiler doğrultusunda yenilemek; bir nevi yeni konseptler, yeni ürünler yaratmak mecburiyetindeyiz. Ancak birkaç yıldır Türkiye'de ve coğrafyamızda yaşanan birtakım sıkıntılardan dolayı kimi renovasyonlar, tadilatlar ertelenmiş konumda. İnşallah bu seneden itibaren talepte çok ciddi bir geri dönüş gözlemliyoruz. Bu sene de dahil olmak üzere önümüzdeki yıllardan itibaren otellerde çok ciddi bir renovasyon dönemi başlıyor. Yeni yatırımdan ziyade biz Türkiye'nin yeterli yatak kapasitesine sahip olduğunu düşünüyoruz. Buna rağmen ihtiyaç olan bölgelerde mutlaka yeni yatırımlar olacaktır. Fakat mevcut, işleyen bölgelerdeki tesislerin yenileme ihtiyaçları da muhtemelen 2018'in sonundan itibaren yoğun bir şekilde başlayacak."



Tarkan Akyüz **"Araplarla çalıştığım sürece makyajla idare edeceğim"**



2016-2017 dönemini oteli makyajlayarak geçirdiklerini söyleyen Grand Ant Otel'in sahibi Tarkan Akyüz, "Araplar ile çalıştığım sürece büyük bir renovasyona girmek istemiyorum, makyajla devam edeceğim" dedi. Otelin Arap zayiatları dolayısıyla makyajlama için masrafının 100 bin TL'leri bulduğunu belirten Akyüz şöyle konuştu:

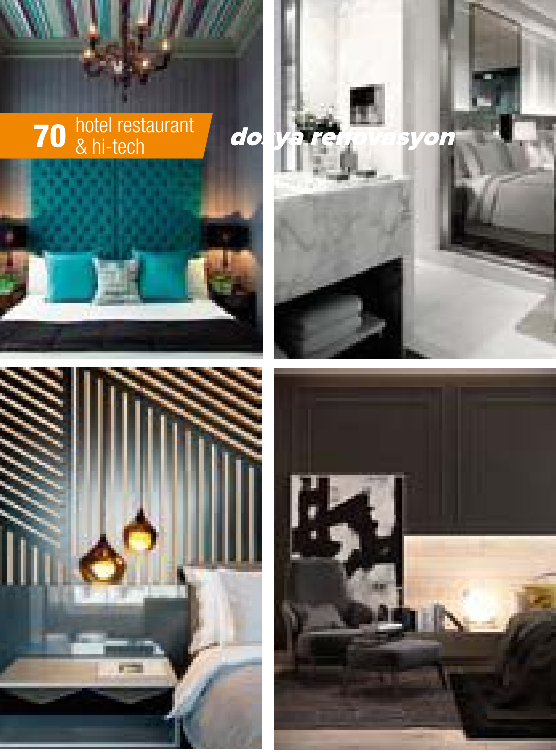
Biz 2016-2017 yılında çok fazla para kazanmadığımız için otellerde renovasyon yapamıyoruz haliyle. Bunu yapabilmek için önce para kazanmamız lazım. Yine iyi kötü makyaj yaptık ama büyük bir renovasyon dediğiniz zaman yapmadık, artı Orta Doğu pazarı için de Araplar zaten oteli mahvediyorlar. Bu nedenle de çok fazla renovasyon yapma ihtiyacı hissetmiyorsunuz. Çünkü bugün yaptığınızı yarın yıkıyorlar. Ben Grand Ant Otel olarak şahsım adına Araplar ile çalıştığım sürece büyük bir renovasyona girmek istemiyorum, makyajla devam edeceğim. 2017'de makyaj için yaklaşık 100 milyon TL masraf yaptık. Kırılanları yenilemek, klimaları, televizyonları yenilemek manasında bu kadar para çıktı cebimizden."

"Avrupalı gelirse otelimi kapar, renovasyon yaparım"

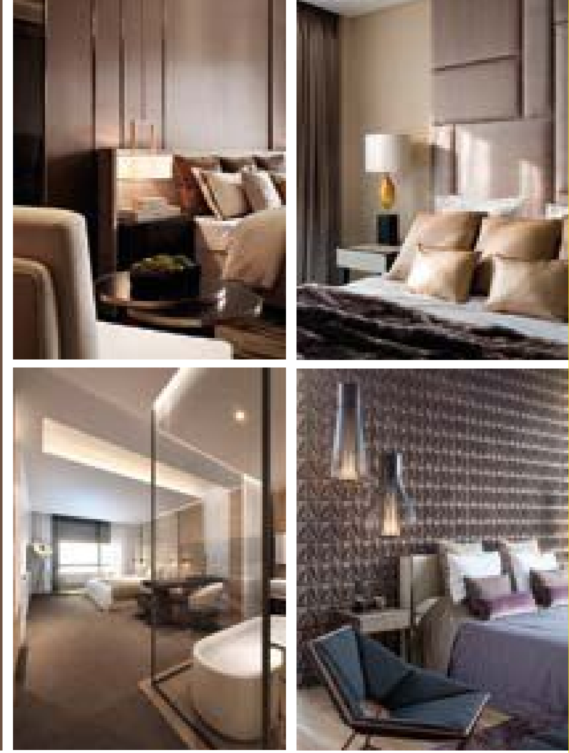
Boya yaparsın, ufak tefek eksiklikleri varsa onları tamamlarsın. Avrupalı gelene kadar otelimde makyajla idare edeceğim. Ne zaman Avrupalı gelirse otelimi kapatırım, gerekirse 1 milyon dolara kadar para gömerim, renovasyonumu yapar, otelimi sıfır çıkartırım. Avrupalı gelene kadar öyle büyük bir tadilat, büyük bir masraf yapmam.

"2020 yılında eski Avrupalılara kavuşacağımıza inanıyorum"

Bu sene İstanbul genelinde yüzde 10 ile yüzde 20 arasında Avrupalı turist beklediğini ifade eden Tarkan Akyüz, "Antalya bölgesi için daha yüksek rakamlar var. Bir aksilik olmazsa 2020 yılında eski Avrupalılara kavuşacağımıza inanıyorum. En çok Avrupalı geldiği sayıya 2020 yılında kavuşacağız."



Billur Eş Mimarlık İçmimar Billur Eş “Aslolan renovasyonu sürdürülebilir ve doğal kılabilmek!”



Renovasyon, bir yapının belli kısımlarının korunması suretiyle yenilenmesi olarak ifade bulur. Daha geniş anlamda düşünürsek; bir kentin bir bölümünün, bir yapının ya da yapının bir bölümünün koruma amacı ile iyileştirilmesidir, renovasyon...
İçmimarlık faaliyetleri içinde renovasyon çalışmaları içmimarlar tarafından mekanın teknik detayları hesaplanmak suretiyle, işlevsellik noktası da ön planda tutularak geniş kapsamda projelendirilen bir çalışma olarak öne çıkar. Son dönemde gerek oteller gerekse restoranlarda konseptler belirlendikten sonra dijital tasarımları yapılmakta ve daha sonra uygulamaya geçilmektedir.
Otel renovasyonu soft renovasyon ve hard renovasyon başlıkları altında değerlendirilebilir. Soft renovasyonlar, oteli ayakta tutmak için yapılan yenilemelerdir. Bu çerçevede otelin tekstil ürünleri değiştirilir, boyası yapılır, eskiyen halı ve duvar kağıtları değiştirilir ve onarılır. Hard renovasyonlarda ise, oteli yeniden konumlandırmak ve misafirlerin beğenisini kazanmak amacıyla yapılan iç ve dış mimari değişiklikler, modernizasyon dış cephe onarımı ve bakımı, yeni teknolojik uygulamaları, odalar, lobi ve outletlerde güncel modern veya klasik malzemelerin kullanılması şeklinde uygulama alanı bulur. Oteller ve restoranlar için gerçekleştirilecek renovasyon faaliyetinin hangi birim ve ürünlerde ve ne zaman, nasıl yapılması önemli bir husustur. Baktığımızda oteller renovasyonlarını farklı konsept restoran açılışlarında ya da beş yıl sonrasında gerçekleştirirler. Renovasyon dönemlerinde ilk olarak sezon içerisinde özellikle de ana restoran alanlarındaki eksilen, yıpranan ekipmanları tamamlarlar. Sezonluk çalışmalar çerçevesinde havuz, bahçe gibi açık sosyal alanlar da renovasyonun önemli bir kapsamını oluşturmaktadır.

Sürdürülebilir ve doğallık ön planda

Dünyadaki trendlere baktığımızda son yıllarda yürütülen renovasyon çalışmalarında sürdürülebilir ve doğal malzeme kullanımları önem kazanıyor. Günümüzde enerjinin korunumu ve doğal çerçeveye saygı her alanda en önemli bir olgu olarak karşımıza çıkmakta. Modernliğin yanı sıra doğallığın da ortaya çıktığı bu çalışmalar özellikle otel ve restoranların yeni yüzlerinde de kendini olağan gücüyle hissettirmekte. Bilindiği üzere mimari günümüzde yapı içi, yapı kabuğu ve fiziksel çevreden etkilenilerek sürdürülmektedir. Yenilemelerde son trend malzemeler arasında özellikle mermer banyodan resepsiyona dış mekandan SPA alanlarına kadar her yerde kullanılabilen, mermerler. Tüm dünya mimarisinde yer bulan bu ürün biz Türkler ve İtalyanlar tarafında da yoğun rağbet görmekte. Otellerde son dönem trend malzemeler arasında ise Onyx mermer cam ile ilgili değişik tasarımlar, özel ağaçlardan üretilen parkeler dikkat çekmektedir.
Bu dönemde özel üretimli kapıların, şık ve özel tasarımlı banyo malzemelerinin öne çıktığını görüyoruz. Yine aynı şekilde ses izolasyonları ve yalıtım gibi alt yapısal çalışmalar da hassasiyetle uygulama alanı bulmakta.
Bunların yanı sıra duvar dekorlarında artık pano kaplamamlar ve dekoratif özel boyalar da tercih ediliyor. Cam bölmeler, cam paneller yaşam alanlarında şeffaf bir ortam oluştururken mekanı daha geniş göstermek maksatlı kullanılan bronz ve paslı aynalar da yine son dönemin trendleri arasında. Aksesuar kullanımında ise bu yıl bol miktarda botanikler göze çarpmakta.



Ses, ışık ve kokuya dikkat!

Renovasyonda yapısal ve görselliğin dışında dikkat çeken bir diğer nokta ses, ışık ve hatta ortam kokularının giderilmesi ki bir otele girdiğiniz andan çıktığınız ana kadar mekanın kişiyi iyi hissettirmesi önemli bir detay...
Konuk ağırlamada artık teknoloji ağırlıklı sistemlerin ön planda olması, akıllı ve otel sistemlerinin sürekli yenilenmesi otel renovasyonlarının olmazsa olmazı aynı zamanda. Bu tarz teknolojik yeniliklerin müşterinin yaşamsal kolaylıklara ulaşması için oldukça önemli. Dolayısıyla otellerin SPA, fitness ve sosyal alanların titizlik ve hassasiyet içinde çalışılıp tasarlanması büyük önem arz ediyor.




Tezer Öner / Agon Danışmanlık
Gayrimenkul ve İşletme Yatırım Danışmanı

Yeşili koruyalım renovasyon yapalım

Bahar geliyor. Kış turizmine yönelik yerlerin bu sene keyfi fena değildi. Ancak bahar gelirken acaba yaz turizmi ve şehir turizmi için tesislerimizin durumu ne?
Bahar temizliği yapılır bizim ülkede. Neden? Çünkü aileler anneler, teyzeler bilirler ki bahar gelince Anadolu canlanır, hayat yeniden başlar, doğa tazelenir... Bizim de turizm sektörü olarak yeniden canlanma zamanımız geliyor. Üzerimizdeki ölü toprağını atarak yeniden dinamik ve canlı bir havaya bürünüp tüm enerjimizle silkinip uyanmamız gerekiyor.
Bu esnada yatırımların esasını oluşturan iki ayak var. Sıfırdan yeni yatırımlar ve renovasyon projeleri. Maalesef ülkemizde yatırım denince akla nereden bir arazi bulalım da yeni bir bina, otel dikelim anlayışı hakim. Halbuki yatırım aynı zamanda mevcut değerlere de yapılır.
Otel, tatil köyü, pansiyon ne kadar büyük olduğu fark etmez. Burada esas olan bahar temizliğimizi yaptık mı? Yenilendik mi? Sezonu açarken tesisimiz, personelimiz ve yeni sunacağımız hizmetler belirlendi mi? Personel belirlendi mi? Eğitildi mi? Boya badana, tamirat, eklentiler, eskiyen ve değişmesi gereken elektronik veya mekanik cihazlar hazırlandı mı? Çağa uygun konfor ürünlerimiz ne alemde? Yatakların çökmüş olanları atıldı mı? Yerine yenisi kondu mu? Kırık aynalar, çizikler içindeki bardaklar, kırık komidin çekmecesi aklınıza gelebilecek her şey... Resepsiyonistimiz, kat görevlilerimiz bu arkadaşların yeni hizmet ve yeni konseptler için eğitimleri tam mı?

"Yeni yatırımın yanında renovasyon teşvikleri öksüz oğlan gibi kalmaya devam ediyor"

Konuşacak o kadar çok şey var ki... Esas olarak ben iki ana konuya dikkat çekmek istiyorum. Birincisi gayet boş geçen iki sezondan sonra artık gerçekten yeni inşaatlara ihtiyacımız var mı? İspanya gibi sahil şeritlerimizi yok edip yeşili griye çevirip doğal güzelliklerimiz için ülkemize gelen turistleri kaybetmeli miyiz? Yoksa elimizdeki değerlere sahip çıkarak onları mükemmelleştirmek için aslında bu bir fırsat mı? Daha fazla alanı işgal etmemize gerçekten gerek yok. Olan tesislerimizi yenilemek, hizmet ve konsept çeşitliliği oluşturmak ve olan sermayemizi hem özel sektör hem de devlet teşvikleri olarak buna yönlendirmek daha akılcı görünen bir yaklaşım olacaktır.
Maalesef her dönemde olduğu gibi hiç değişmeyen kural yeni yatırımın yanında renovasyon teşviklerinin öksüz oğlan olarak kalmaya devam etmesi. 2015, 2016 ve 2017 rakamlarına baktığımızda renovasyon projelerinin hızla azalmakta olduğunu görmekteyiz. Buna azalan iş hacmi ve yetersiz devlet teşvikleri ile sermaye gücümüzü kaybetmemiz bir yana çeşitli sosyo-politik konular sebebiyle ülkemizden kaçan turist potansiyeli de eklenince gerçekten tesislerimizin bu sene ne durumda olduğunu merak etmeye başladım. Aslında eldeki kuşun daldaki kuştan değerli olduğunu bilmeli ve ona göre önce gelmiş olanı memnun etmeye odaklanmalıyız ki bir daha gelsin hatta gelirken arkadaşlarını da getirsin. Bu da ancak yaşı çok olmasına rağmen görünüşü ve dinamizmi yüksek ve genç olan tesislerle olabilir.

"Artık bir işletmenin 4-5 yılda bir elden geçmesi şart olmuştur"

Renovasyon bence bu ülkedeki en büyük sorunlardan biridir. Çünkü yapmış olmakla işi bitirdiğimizi zanneden bir anlayıştayız. Halbuki her doğa olayında olduğu gibi bir şeyi meydana getirmek değil, onu sağlıklı yaşatmak önceliğimiz olmalıdır. Onu beslemek, büyütmek, sağlıklı ve güçlü kılmak bunun için onu beslemek, bakmak, eğitmek ve uzun ömürlü kılmak zorundayız. Bir işletme de aynı bir canlı organizma gibidir. Ona ne kadar bakarsanız o da sizi o kadar sırtında taşır. Renovasyon işte budur. Özellikle mekanik ve elektrik – elektronik ekipmanların zaten dünya standardında maksimum 10 yıl ömrü olacağı belirlenmişken... Bina ve yapı ömürleri belliyken işin içine bir de konsept değişiklikleri, moda, değişen zevkler, teknolojik gelişmeler ve değişen turist yapıları da göz önüne alındığında artık bir işletmenin 4-5 yılda bir elden geçmesi şart olmuştur. Buna personelin her sene eğitimden geçmesi, sağlık ve hijyen bakımlarının her sene ve gereken periyotlarda yenilenmesi gibi daha sık yapılması gereken işleri de eklersek ciddi bir maliyetle karşı karşıya kaldığımız da ortaya çıkar.
İşte bu şartlarda doğayı koruyup yeni binalar dikmektense devlet teşviklerini bir yenileme kampanyasına yöneltmek veya renovasyon izinlerini artırıp, teşvik şartlarını kolaylaştırmak belki düşünülmesi öncelikli olan bir konuya dönüşmektedir.
Biz doğamız, denizimiz ve tarihi yerlerimizi koruyalım... Tesislerimizi mükemmel hale getirelim... Sonra da boş yer kalmayana dek doldurmayı başaralım o zaman teşvik vermesek de yatırımcıların kapımızda kuyruk olmasını sağlarız.
Sevgili devletimiz lütfen renovasyon teşviklerini artırın... Biz çalışmaya hazırız...

"Aslında anlayışımızın da renovasyona ihtiyacı var"

İkinci konu ise, yatırımcımızın renovasyon konusunu sadece bina yenileme veya boya-badana gibi görmesi... Aslında anlayışımızın da renovasyona ihtiyacı var. Personelimizin, yönetimimizin, hizmet anlayışımızın, konsept anlayışımızın ve dünyaya bakışımızın da renovasyona ihtiyacı var. Bu saydıklarım bence çok daha önemli olmakla birlikte çok daha az maliyetli ve çok daha hızlı gerçekleştirilebilecek renovasyonlar. Bunlar daha hızlı ve daha pratik gerçekleşebileceği için bu konudaki detayı bir sonraki sayıda yazacağım. Ama bu konularda destek isteyen takipçilerimiz yazı işlerimizden benimle temasa geçebilirler...
Herkese yepyeni ve pırıl pırıl bir sezon diliyorum...









Ayın Yatırım Fırsatları

İstanbul – Çekmeköy'de Ekolojik Turizm İmarlı Arazi

Arazimiz Ocak sayımızda detayları verdiğimiz; Çekmeköy – Ömerli hudutları içinde Ada 7 Parsel 3 olarak 7302 metrekare tapu bilgilerine sahiptir. Bu arazi için Çekmeköy Belediyesi imar planına "hastane, sağlık sebepli turizm, yaşlı bakımevi ve okul" ibareleri işlenmiş ve tescil edilmiştir. Bu sebeple arazi bölgedeki sağlık ve sağlık turizmine yönelik imar izni olan tek arazidir. Uygulama imar planı notu "ekolojik turizm"dir. Dolayısıyla %40 emsal ile 3 kat brüt yaklaşık 4000 metrekare yapılabilir ve imar durum belgesine işlidir.
Arazimiz İş Bankası GYO – Koray İnşaat – Altınhas firmalarına ait KASABA Projesine ve bir çok villa projesine entegre ve bitişiktir. 2500 villalık bir yerleşim, ayrıca konut ve sosyal tesislerin olduğu projeler çevrede devam etmektedir. Avusturya Lisesi, Özyeğin Üniversitesi çok yakın konumdadır.
Arazimiz Yatalak Olmayan Yaşlılar Huzurevi veya Sağlık Turizm Tesisi olarak değerlendirilirse Bölgesel Teşvik Sistemi kapsamına girmektedir.

Satış fiyatı 4.250.000 USD'dir.

Erdek – Ocaklar Mahallesi Turizm Amaçlı Fırsat Arazi

Erdek ilçesi, Ocaklar beldesi sınırları içerisinde Melina Tepesinde yer almaktadır. Konumu itibariyle 3 km'lik, Mavi Bayraklı Ocaklar koyuna bakan eşsiz bir manzaraya sahiptir. 5350+3000=8350 metrekare 712 ve 763 Ada kayıtlı bitişik iki parsel üzerindedir. Vasfını kaybetmiş zeytinlik alanı olarak görülmekte ancak genişleme bölgesinde ve turizm alanı içerisindedir. Aynı tepenin güney yamacında sıcak su (Kaplıca suyu) kaynakları bulunmaktadır. İmar planı tadilatı yapılacak yatırım çerçevesinde mümkün görünmektedir.
1 km mesafede köy iskelesi ve iskele bitişiğinde bu sene onaylanmış yat limanı projesi bulunmaktadır. Yakında yat limanı inşaatına başlanacaktır...
Ekolojik çiftlik, turizm konaklama tesisi, restorant – kafeterya, eğlence turizmine uygun 360 derece manzarası olan ve yerleşim yerlerine yukarıdan bakan muhteşem manzaralı ve orman içinde harika bir arazidir.

Satış fiyatı 1.450.000 USD'dir.

Sirkeci – Otel Binası (T2 Turizm Yatırım Belgeli)

Aralık 2017 sayımızda yer alan yılın son yatırım fırsatı olan 5 kat ve yarım çatı katı ve -1 bodrum kat taban alanı 143 metrekare toplam kullanım alanı 870 metrekare olan binamız Sirkeci Garı ve Marmaray Tünelinin tam çıkışında ve kapanmayacak deniz manzarasına sahip, T2 Turizm yatırım ve onarım belgeli (Fatih Belediyesinde



onaylıdır). Teklif ve talep toplama süreci devam etmektedir. Tahmini satış bedeli olarak 13.000.000 USD ve tekliflere açık durumdadır. Yatırımcılarımıza duyurulur.

Yatırımcılarımız ve Değerli Abonelerimiz!

Siz de alım ve satım konusunda bizimle temasa geçebilir ve taleplerinizi yada satıştaki turizme uygun portföylerinizi paylaşmamızı sağlayabilirsiniz.

Saygılarımızla
Tezer Öner, Gayrimenkul ve İşletme Yatırım Danışmanı
AGON PROPERTIES Katkılarıyla...

Seramiksan satışlarının %15’ini yenileme pazarına gerçekleştiriyor

Seramik sektörünün köklü ve yenilikçi markası Seramiksan, ileri teknolojisini yenilikçi tasarımlarla buluşturduğu koleksiyonları ile otel yenilemelerinde de öncü bir marka.
Son dönemde kentsel dönüşüm projeleri ile beraber önemli bir pazar haline dönüşen otel ve tatil köyü yenilemelerinde %15'lik bir satış hacmine ulaşan markanın bu yılki hedefinde özellikle İstanbul, Ankara, Kayseri, Antalya ve Adana bölgelerinde 20 yeni bayilikler tesis etmek var.

Seramiksan'ın renovasyon pazarına yönelik projelerini ve pazar hedeflerini firmanın Türkiye Satış Müdürü M. Süreyya Çağlar ile konuştuk.

Otel sektöründe renovasyonun öneminden kısaca bahsederek, Seramiksan olarak otel yenilemelerinde firmanızı ne şekilde konumlandırıyorsunuz?

Türkiye'deki otellerin bir bölümü artık eskidi ve dekoratif anlamda ekonomik ömrünü tamamladı. Bu sebeple başta Antalya kıyı bandı olmak üzere birçok turizm bölgesi ve şehir otellerimizin çok hızlı bir şekilde yenilenmeye ihtiyacı var. Otellerin özellikle ıslak hacim olarak adlandırabileceğimiz banyo bölümleri, açık ve kapalı havuzları, SPA alanları ile lobby ve outdoor alanlarında kullanabilecekleri ürünlerde Seramiksan markası ile oldukça iddialıyız. 10 x 20 ebadından 120 x 180 ebadına kadar iç cephelerden dış cephelere kadar hemen her alanda üretmiş olduğumuz ürünlerin bugün Türkiye' de rakibi yok denecek kadar az. Otellerin restoran ve çamaşırhane bölümlerinde kullanılması zorunlu anti asit malzemelerden bahçe teras ve havuz kenarlarında kullanılabilen 20 mm kalınlığındaki 40 x 120 karolara kadar her türlü ürünü tedarik edecek Türkiye'deki en önemli markayız. Seramiksan 2014 yılından itibaren de Vitrifiye grubu ürünlerle de dünyadaki en modern tesisi ile ciddi miktarda su tasarrufu sağlayan ürünleri ile işletmelere ve konutlara çok önemli avantajlar da sağlamaktadır.

Seramik sektöründe renovasyon pazarının büyüklüğü nedir?

Özellikle son döneminde giderek gündemde yer işgal etmeye başlayan kentsel dönüşüm projeleri ile beraber otel ve tatil köyü



Seramiksan Türkiye Satış Müdürü M. Süreyya Çağlar



yenilemeleri artık önemli bir pazar haline geldi. Bu alanda satışlarımızın %15'i yenileme pazarına gerçekleşmektedir. Bu yenileme talebi ülkemizin turizmdeki artan kaliteli turist sayısına göre gün geçtikçe de artmaktadır.

Firmanız 2018 yılı otel yenilemelerinde hangi yeni ürün ya da sistemlerle pazarda yer alacak? Varsa 2017 yılında gerçekleştirdiğiniz projelerinizden bahseder misiniz?

2010 yılından itibaren seramik sektöründe kendisine önemli bir yer edinen dijital baskı teknolojisi ile artık doğada gördüğümüz her türlü kaplama malzemesini gerçeğinden ayırt edilemeyecek şekilde üretmek mümkün hale geldi. Üstelik hem daha ekonomik hem de çok daha sağlam olarak. Bu üretim teknolojilerini Türkiye'de en yakından takip eden Seramiksan olarak bizlerde özellikle ahşap görünümlü ürünlerde en iddialı şirketlerden birisiyiz. Ahşap görünümlü bu ürünlerimiz 50/50, 15/90, 20/120, 30/180 gibi çok farklı ebatlarda ve kullanılacak alanın özelliklerine göre değişmektedir. Tamamı rektifiyeli olarak üretilen bu seriler laminat parkeye göre birçok farklı özelliğe sahip olması (yanmaz, darbelere dayanıklıdır, sudan etkilenmez ve çok uzun ömürlüdür) sebebi ile çok fazla tercih edilmektedir. Ahşap parke görünümlü karolar temizlik maliyetlerini de en aza indirmekte ve işletmelere ekonomik anlamda ciddi katma değer katmaktadır.

Seramiksan için 2017 yılı nasıl geçti, bu yıla ilişkin beklenti ve hedefleri nelerdir? Sektörel değerlendirmeler ışığında konuyla ilgili ne gibi değerlendirmelerde bulunabilirsiniz?

2017 yılına hızlı bir giriş yaparak sektörün en önemli üç fuarında yer aldık. UNICERA, ISH ve Cersaie'de ürünlerimize olan ilgi ve beğeni bizi çok mutlu etti. Genel olarak baktığımızda ise 2017 yılını geçen yıla göre %30'un üzerinde bir ciro artışı ile kapattık. 2016 yılında devreye geçirdiğimiz teknik porselen tesis yatırımımızla ile birlikte üretmeye başladığımız büyük ebatlı karolarda %100'ün üzerinde artış oldu. 2018 yılında da projelerimize uygun tüm fırsatları yakından takip ederek değerlendireceğiz. Mevcut tesislerimizin kapasitesini ve üretim kabiliyetlerini artıracağız.

Ayrıca 2018'de bayi ağımızı da genişletmeye devam edeceğiz. Türkiye'nin hemen her yerine yayılmış 200'ün üzerinde bayi ve 1000'in üzerinde tali bayilerimizle ürünlerimizi müşterilerimize sunuyoruz. Özellikle İstanbul, Ankara, Kayseri, Antalya ve Adana bölgelerinde 20 yeni bayilikler tesis etmek var.







Serhat Sabaz: "Renovasyon fırsatlarının bu yıl da devam edeceğini düşünüyoruz"

2017 yılını başarılı ve heyecan verici bir yıl olarak kapattıklarını belirten GROHE Türkiye Başkan Yardımcısı Serhat Sabaz, renovasyon alanındaki fırsatların 2018'de devam edeceğini ifade ediyor.

1994 yılından bu yana turizm sektörüne armatür ve sıhhi tesisat hizmeti sunan GROHE Türkiye, geniş ürün yelpazesiyle Türkiye'de ve dünyada birçok 4 ve 5 yıldızlı otel, tatil köylerinin yanı sıra zincir birçok turizm tesisi ve şehir otellerinin de renovasyon çalışmalarındaki en çok tercih edilen çözüm ortağı...
Markanın Türkiye renovasyon pazarına yönelik değerlendirmelerini ve sunduğu çözümleri GROHE Türkiye - Başkan Yardımcısı Serhat Sabaz ile konuştuk.

GROHE Türkiye olarak, otellerde renovasyonun önemine kısaca değinerek, bu alana yönelik çalışmalarınızdan bahseder misiniz?

Otel sektöründeki renovasyonlar GROHE Türkiye olarak bizim önem verdiğimiz bir konu. Renovasyon dönemi şehir otelleri için yıl boyu sürdürülebilirken; Ege ve Akdeniz gibi güneş ve deniz turizmine dayalı sahil bandında genellikle Ekim-Nisan ayları aralığında yürütülüyor. Bu açıdan aslında 12 ay boyunca hareketliliğini sürdüren bir alan. Biz de GROHE olarak bu çalışmaları takip ediyoruz ve GROHE Türkiye Ofisi'nin faaliyete geçtiği 1994 yılından itibaren turizm sektörünün içinde yer alıyoruz.
GROHE olarak otellere yönelik çalışmalarımız çerçevesinde, otel teknik müdürlerine dönem dönem eğitim ve bilgilendirme toplantıları düzenliyoruz. Ayrıca, sektör profesyonellerinin yer aldığı organizasyonlara katılıyoruz ve onları ziyaret ediyoruz. GROHE Live Center İstanbul'da yaptığımız GL!C Buluşmaları etkinlikleri ve profesyonellere yönelik grup organizasyonları ile de kendileriyle iletişimimizin devamını sağlıyoruz.

Bağlı bulunduğunuz sektörde renovasyon pazarının büyüklüğü nedir? Pazar hangi koşullardan etkilenmektedir?

Geçtiğimiz senelerde ülkemize turistik amaçlarla gelen yaklaşık 35 milyon yabancı ziyaretçi sayısı 2016'da 25 milyonlara kadar gerilemişti. Bu rakamın, 2018 yılında tekrar 30 milyonların üzerine rahatlıkla çıkacağı düşünülüyor.
Bu doğrultuda, 2016 yılı öncesinde turizm sektörüne yönelik yeni yatırımlarda %70 ve renovasyon oranı geçtiğimiz yıllarda yaklaşık %30 seviyelerindeyken, 2016 yılından itibaren yeni yatırımların düştüğü ve renovasyon oranının arttığını gözlemliyoruz. Bu gelişmede 2016 yılında yurt dışı ziyaretçi sayısının ve buna paralel müşteri sepet tutarının düşmesi etkili olmuştu ancak renovasyon alanındaki fırsatların 2018'de devam edeceğini düşünüyoruz.



GROHE Türkiye Başkan Yardımcısı Serhat Sabaz

Firmanız 2018 yılı otel yenilemelerinde hangi yeni ürün ya da sistemlerle pazarda yer

alacak? Geçen yıl yer aldığınız renovasyon faaliyetlerinden bahseder misiniz?

GROHE'nin bu çerçevede geniş bir ürün yelpazesi bulunuyor. Ankastre GROHE banyo ve duş bataryalarının iç gövdeleri tüm serilerin dışları ile uyumlu. Bu nedenle özellikle otel yatırımcılarının renovasyon döneminde bataryaların dış kısmını, yani kumanda ünitesini değiştirmeleri yeterli oluyor. GROHE ürünlerinin birbiriyle uyumu, renovasyon dönemlerinde hem işçilik hem de bütçe konusunda oldukça büyük avantaj sağlıyor.

Yenilemelerde bu sene en çok kullanılması öngörülen ürünümüz bas, çevir ve duş al teknolojisine sahip "Smart Control" modelimiz. Mimarlar ve otel işletmecileri Smart Control bataryalarının ergonomisini, kullanım pratikliğini, minimal boyutunu ve tasarım çizgisini oldukça beğendiler. Otellerde konaklayacak müşterilerin hem güvenli yani yanma riski olmadan duş yapmalarına imkan verecek termostatik özellikli bir batarya olması hem de diğer tamamlayıcı ürünler ile "suyun gerçek keyfine" varmalarını sağlayacak teknolojik donanımı sayesinde benzerlerinden ayrışıyor. Ayrıca, GROHE'nin doğadan esinlendiği ve ürün yelpazesindeki üç serisiyle birleştirdiği renkli kaplamaları da oldukça ilgi görmeye devam ediyor. Krom ve Paslanmaz Çelik kaplamanın dışında sekiz ayrı kaplama rengi bulunuyor. Toplamda on farklı renk seçeneği mekan tasarımlarında tasarımcılara ilham kaynağı oluyor. Özellikle yalınlığı ve minimalist çizgiyi temsil eden Essence Serisi, renklerin getirmiş olduğu zenginlik ile mekanlarda sanat eseri kimliği ile algılanmalarını sağlıyor.

GROHE olarak, tüm ürün serilerimizle Türkiye'de ve dünyada birçok 4 ve 5 yıldızlı otel ve tatil köylerinin yanında zincir birçok turizm tesisi ve şehir otellerinde de yer almaktayız. Bunların yanında ise cruise gemileri, özel yatlar ve yelkenlilerde de en çok tercih edilen markalardan biridir GROHE.



2017 yılı nasıl geçti, bu yıla ilişkin beklenti ve hedefleri nelerdir? Sektörel değerlendirmeler ışığında konuyla ilgili ne gibi değerlendirmelerde bulunabilirsiniz?

GROHE için 2017 yılı gayet başarılı ve heyecan verici bir yıl oldu. GROHE küresel çapta yılın en önemli etkinliklerinden biri olan ISH 2017'deki sergisinde "Water. Intelligence. Enjoyment." mottosuyla çok göz dolduran bir performans gösterdi.

Bu yıl banyo bölümünde, sektördeki en geniş ürün portföyünü ve duş bölümündeyse yeni tasarımları ve akıllı kontrol sistemlerini beğeniye sunduk. Bol aktivasyonlu ve ürün yelpazemizi oldukça genişlettiğimiz bir yıl oldu diyebilirim.

Sektörel olarak değerlendirmek gerekirse, otel renovasyon konusunda ise 2018 yılına dair ön rezervasyon verilerinin oldukça iyi olduğunu görüyoruz. Türkiye turizminin lokomotif ülkeleri Rusya ve Almanya başta olmak üzere özellikle Avrupa'dan gelecek misafir rezervasyonlarında ciddi bir artış bekleniyor. 2015 yılında 5.8 milyon olan Alman turist sayısı 2017'de 3,45 milyona kadar gerilemişti; bu sayının 2018'de 5.9 milyon olması bekleniyor. 2017'de 5 milyon olarak gerçekleşen Rus turist sayısı ile ilgili 2018 beklentisi 2 katı düzeyinde.

Bu sonuçlara bakıldığında 2018 yılı sonunda 2015 yılı skorlarına ulaşılması mümkün görünüyor. 700 doların altına düşen kişi başı ortalama harcama tutarının da tekrar 800 doların üzerine çıkması sektörün karlılığını artırmak ve yeni otel veya renovasyon projelerine kaynak oluşturmak adına önemli bir nokta olarak görebiliriz.



Ali Osman Özaydemir: “Anahtar teslim hizmetimizle otellere uzman çatı hizmeti sunuyoruz”

Geçtiğimiz yıl 90. yaşını kutlayan Türkiye'nin en büyük kiremit markası Kılıçoğlu, çatı sistemlerinde sunduğu kaliteli, yenilikçi, teknolojik ürün ve çözümleriyle çatı renovasyonlarının da en çok aranılan firmalarından biri.
Bugün kurulu kapasiteyle Kılıçoğlu ve Megaron Çatı Teknolojileri ile birlikte yıllık yaklaşık 8 milyon metrekare kiremit üretimine sahip olan firmanın yenileme yatırımlarına ilişkin ürün, hizmet ve lojistik çözümlerini Kılıçoğlu Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Ali Osman Özaydemir ile konuştuk.

Otel sektöründe renovasyonun önemine kısaca değinerek,

Kılıçoğlu olarak yenileme projelerinizden bahseder misiniz?
Çatı yapıların en sert iklim koşullarına maruz kalan bölümleridir. Çatının yıllar içinde sorun oluşturmaya, sağlıklı, uzun ömürlü olması gereklidir. Çatının sorun oluşturmaması ve uzun ömürlü olması

için; havalandırması yapılmış, ısı ve su izolasyonu olan, iklim şartlarına dayanıklı, yangın dayanımı olması gibi özelliklerin tümünü bir arada barındırmalıdır.
Otellere baktığımız zaman çatı renovasyonlarının normal konutlara göre daha kısa sürelerde yapıldığını görüyoruz. Burada en önemli sorun, yanlış ürünlerle yanlış uygulamaların yapılmasıdır. Kılıçoğlu olarak çatıda sunduğumuz alternatif kaplama ürünleri ve detay yalıtım ürünlerini müşterilerimize sunuyoruz.
Mikrokil teknolojisi ile üretilen kiremit, dayanıklı ve pürüzsüz yüzeye sahip olma özelliklerine sahiptir. Kılıçoğlu'nun yeni nesil çatı sistemlerini sunduğu diğer bir markası Megaron Çatı Teknolojileri ile renkli kiremit alternatiflerini ve uzman bayilerimiz aracılığı ile anahtar teslim garantili çatı hizmeti veriyoruz.

"Tek bir kampüste 8 milyon metrekare kapasite ile dünyada agrega ve kil kiremiti üretimini tek bir lokasyonda yapan tek firmayız."

"Otellere uzman çatı hizmeti sunuyoruz"

Çatı bir uzmanlık işidir, anahtar teslim hizmetimiz ile otellere uzman çatı hizmetini sunuyoruz. Çatıda farklı renk ve modelde sunduğumuz ürünlerimiz ile her türlü mimariye uygun kiremitler sunabiliyoruz. Diğer bir taraftan otel çatılarında kullanılan yanıcı malzemeler de olduğunu görüyoruz. Bu malzemeler aslında binalarda Yangın Yönetmeliğine göre yasaklanmıştır. Tek bir alev ile büyük felaketlere yol açabilecek bu malzemeler son derece tehlikelidir. Çatı konusundaki uzmanlığımızı, ürün seçeneklerimizi otellerin ilgili birimleriyle paylaşabilir çözüm önerilerimizi sunarak sorunsuz hizmet verebiliriz.

Çatı Sistemleri sektöründe renovasyon pazarının büyüklüğü nedir? Pazar hangi koşullara bağlı büyümektedir?

Çatı sektörüne baktığımız zaman konut ve ticari bina çatılarının 10-15 yılda bir çatı renovasyonu yaptığını görüyoruz. Bu da yaklaşık olarak yılda 25 milyon metrekare gibi bir rakama tekabül ediyor. Bu yıllar oteller için daha kısa. Bunun sebebi de daha önce de söylediğim gibi doğru ürünlerin kullanılmaması ve doğru uygulamaların yapılmamasından kaynaklanıyor.

Firmanız 2018 yılı otel yenilemelerinde hangi yeni ürün ya da sistemlerle pazarda yer alacak? 2017 yılında varsa yer aldığınız renovasyon faaliyetlerinden bahseder misiniz?

Otellerde özellikle çatı altınının da yaşam alanı olarak değerlendirildiğini düşündüğümüzde çatıda kullanılacak ürünler daha da önem kazanıyor. Çatıda kullanılacak kiremidin yanında ısı ve su yalıtım ürünlerinin de kullanılması gereklidir. Sunduğumuz mineral yün paket sistemlerle ısı ve su yalıtımını bir arada çözebiliyoruz. Bunun yanında duvar dipleri için geliştirilen yalıtım ürünlerimiz ile kesintisiz su yalıtımı sağlıyoruz. Sistem ürünleri dışında sunduğumuz farklı renk ve modelde kiremit ile her tülü mimariye uygun çatılar yapabiliyoruz.
İnovatif ürünümüz Ecotitanium kiremit havayı temizleme özelliğine sahiptir. Titanyum kapması ile havadaki zararlı azotu yararlı bir gübre olan kalsiyum nitrata dönüştüren Ecotitanium kiremit açık renkli yapısıyla küresel ısınma ile de mücadele ediyor. Otellerin çatı alanlarının büyüklüğünü düşündüğümüzde Ecotitanium kiremidin bu yararlı etkileri daha da artabilir.
Ayrıca sunduğumuz çatı penceresi çözümlerimiz ile otellerin çatı katlarına farklı bir görünüm sunabiliriz. Diğer yandan güneş panellerimiz ile güneş enerjisinden sıcak su ve elektrik üretimi konusunda otellere hizmet verebiliriz.

2017 yılı nasıl geçti, hedeflediğiniz oranları tutturabildiniz mi?

Bugün kurulu kapasiteyle Kılıçoğlu ve Megaron Çatı Teknolojileri ile birlikte yıllık yaklaşık 8 milyon metrekare kiremit üretimimiz mevcut. Eskişehir'de yer alan üretim kampüsümüz Avrupa'nın sayılı üretim kapasitelerinden biridir. Tek bir kampüste 8 milyon metrekare kapasite ile dünyada agrega ve kil kiremiti üretimini tek bir lokasyonda yapan tek firmayız. Kil kiremit fabrikamız Türkiye'nin en yüksek kapasiteli tam otomatik fabrikasıdır.
2017 yılı 90. yılımız da olması itibariyle bizim için çok özel bir yıldı. Şirketimizin stratejik hedefleri doğrultusunda farklı müşteri segmentlerine hitap ederek %25 büyüme sağladık.
Ana hedeflerimiz farklı müşterileri segmentlerimiz için gerekli ürün, hizmet ve lojistik süreçlerimizi geliştirerek pazar payımızı arttırmak.

Otel ve restoran mutfaklarında renovasyon planlaması nasıl yapılmalıdır?


Turgut Ay / Executive Şef

Otel ve restoran mutfaklarında kullanılan cihaz bazlı ekipmanların ömürleri yaklaşık on yıl kadar olması, eski ekipmanların müşteri memnuniyetini olumsuz yönde etkilemesi, iş güvenliği, hijyen açısından sıkıntılar doğurması ve standartların altında bir hizmet sağlanması sonucu işletmenin alması gereken en hayati kararlardan biri renovasyondur. Hizmet kalitesine engel sıkıntıların aşılması, işletmenin daha aktif çalışıp yeniliklere de ayak uydurabilmesi ve misafirlerini daha memnun edebilmesi açısından renovasyon hayati önem taşır.

Renovasyon planlaması nasıl yapılır?

Renovasyon her zaman mimar eşliğinde şirketin en yetkili kademesindeki kişilerin başkanlığında bütün çalışanların talep ve görüşleri alınarak, bölüm yöneticilerinin kendi alanlarındaki ihtiyaçları belirlemesiyle yapılmalıdır.
Mutfak projesini içmimar yaparsa, günün sonunda mutfağın başına geçirmeniz gereken kişi de içmimar olmalıdır.
Her alanın kendine göre çalışma şekli, prensipleri ve dinamikleri vardır. Bu konularda hassasiyetle davranılmalı, renovasyon planlama ve projelendirmede acele edilmemelidir. Mutfak dizayn edilirken en çok dikkat edilmesi gereken konular arasında hijyen, iş güvenliği ve hızlılık noktalarına dikkat edilmeli ve proje bu doğrultuda ilerlemelidir. Projenin başında mutfak şefi, F&B müdürü, kalite kontrol, iş güvenliği uzmanı ve mimar bulunmalıdır, mutfak şefi yemeklerin her zaman aynı kalitede ve hızlılıkta çıkmasını sağlamak açısından sistematik bir çalışma yapmalıdır. Kalite kontrol sorumlusu, sürdürülebilir hijyen için gerekli altyapının baştan oluşturulması için çalışmalı, iş güvenliği uzmanı ise, çalışma sırasında oluşabilecek kazaların baştan düşünülerek projede atılabilecek adımların baştan planlanmasını sağlamalıdır. Ayrıca proje, F&B müdürü değerlendirmesinden sonra genel müdür ve yatırımcıya sunulmalıdır.

Mevcut mutfağın renovasyon ihtiyacı nasıl belirlenir?

Bir mutfağın renovasyon ihtiyacı nasıl belirlenir? Bunları da şu ana noktalar doğrultusunda belirleyebiliriz: Eğer mutfaklarda hijyeni sağlamaya engel bir durum oluşmuş ise, atık su giderleri yeterli miktarda ve büyüklükte değilse, havalandırma sistemi yeterli değil veya temiz hava girişi yok ise, mutfaktaki fırın, ocaklar, soğuk hava, depolar ve dolaplar ihtiyacı karşılamıyor veya kullanım ömürlerini tamamlamışlarsa, mutfak yeniliklere ayak uydurabilecek düzende kurulmamış veya gerekli ekipmanlardan yoksun çalışıyorsa, mutfak misafir yoğunluğuna karşılık veremiyorsa, a la carte olarak kurulan restoranlarda sonradan banket taleplerine de cevap vermek isteniyor ise, restoran konseptinin değişmesi sonucu farklı menülere geçmek gerekiyorsa, yemekler her zaman aynı kalite ve hızlılıkta çıkmıyor ise, kapasiteyi artırma gereksinimi var ise o mutfakta yenileme zamanı gelmiştir.

Renovasyona başlama aşamaları nelerdir?

Gerekli ekipmanların belirlenmesi, projelendirme, fiyat tekliflerinin alınması ve çalışılacak kurumlara karar verilmesi, sipariş edilecek ürünlerin üretim süreleri belirlenmesi, tesisat projesinin yapılması, işletmenin aşamalı veya tamamen inşaat sürecinde kapatılmasının değerlendirilmesi, kırılacak alanlar ve hafriyat çalışmasının yapılması, yeni tesisatların çekilmesi ve plana uygun inşaatta başlanması, ekipmanların işletmeye kabulü ve montajı, ekipmanların test süreçleri, yeni menü çalışmaları, personel eğitimleri, açılış bir mutfakta renovasyona başlama aşamalarıdır.

Başarısında 'vizyon' var
Emel Arslan Güryıldız



USLA - Uluslararası Servis ve Lezzet Akademisi, bu alanda Türkiye'de uluslararası nitelikte profesyonel eğitimler gerçekleştiren ilk akademi olarak, 2012 yılından bu yana hizmet veriyor. Emel Arslan Güryıldız, bir yılı aşkın süredir, USLA – Uluslararası Servis ve Lezzet Akademisi'nin CEO'su olarak görev yapıyor.

Emel Arslan Güryıldız, yeni kurumsal iş birlikleri ve yenilikçi projelerin hayata geçirilmesinde, etkin bir yönetim anlayışı sergileyerek, USLA'nın son dönemde önemli bir atılım gerçekleştirmesine öncülük etti. İş hayatına, özel sektörde İç Denetim Uzmanı olarak başlayan ve çeşitli şirketlerde farklı yönetim kademelerinde görev alan Güryıldız, Sabancı Grubu'nda, Finans ve Oryantasyon yöneticiliği görevlerinde bulundu. Kamu sektöründe de, bir süre Bütçe Uzmanı olarak çalışan Güryıldız, daha sonra özel sektöre döndü ve USLA'daki CEO'luğunun öncesinde, SBK Holding Finans Koordinatörlüğü görevini yürüttü. Emel Arslan Güryıldız'ın başarılı iş yaşamı ve Usla Akademi ile ilgili 2018 planlamaları bu röportajımızda!..

Emel Hanım sizi Usla Akademi ile tanıdık. İlk olarak yöneticilik yolculuğunuz nasıl başladı, anlatır mısınız?

Ben İzmir İktisat Fakültesi mezunuyum. Okula kayıt olurken, yönetici olmayı hedeflemiştim. Bizim dönemimizde çok popüler bir alandı tabi, ama bir taraftan da, asker bir babanın size kazandırdığı düzen içinde büyüyorsunuz. Çok dakik yetiştirildik. Sabahları 6'lar, 7'lerde uyanmak ve bütün bir hayatı bu düzen ve disiplinle sürdürmek beraberinde insana mükemmeliyetçi bir yapı da kazandırıyor. Neticede edindiğim bu altyapı ile mesleki olarak en ileri noktada yönetici olmayı hedefledim.

İlk profesyonel iş deneyiminiz neydi? Bugüne gelinen süreçte hangi kurum ve sektörlerde yönetici pozisyonunda görev yaptınız, kısaca söz eder misiniz?

İzmir'de iç denetçi pozisyonuyla başladığım Bakioğlu Holding benim ilk iş deneyimimdir. Holding bünyesindeki 8-10 fabrikaya ilave olarak Ege TV'nin de denetim işlerini üstlenmiştim. Bakioğlu'ndan sonra Pilsa Grubu'na geçtim. İzmir Karşıyaka'daki ilk mağazasından itibaren Bursa, Antalya, Erzurum ve Konya gibi tüm Türkiye'ye yayılacak mağazalarının muhasebe ve finans oryantasyonu çalışmalarını yürüttüm. Ve arkasından İstanbul maceram başladı. O dönem, kamu geçmişimde bir Bütçe Uzmanlığı görevim oldu. Arkasından SBK Holding ile yollarım kesişti. ve Finans Koordinatörü olarak işe başladım.

USLA ile tanışma ve Bahçeşehir Üniversitesi ile işbirliği

Daha sonra da USLA ile tanıştım. USLA, SBK Holding'in bir iştiraki olan bir eğitim kurumu. Yeniden yapılanma çalışmalarımız bir yıl kadar sürdü. "Olmaz" denileni yaptık. Çok ortaklı bir yapıydı, şu an profesyonel ve kurumsal bir yönetim yapısı inşa ettik. Bu kadar süre içinde yeniden yapılanma konusundaki hedefimize ulaşmakla yetinmedik. Önemli projeler ve işbirliği fırsatları da geliştirdik. Örneğin, şu an

Fotoğraflar: Hakkı Günerkan

USLA, American Hospitality Academy International Hotel Management Schools'un (AHA-İHMS) İstanbul kampüsü olarak faaliyet gösteriyor. AHA-İHMS, 30 yılı aşkın süredir, yiyecek içecek ve turizm sektöründe, uluslararası sertifikalı ve diplomalı eğitimler veriyor. AHA-İHMS akreditasyonu ile gerçekleştirdiği profesyonel eğitim programlarının mezunlarıyla, sektöre uluslararası AHA sertifikalı ve Milli Eğitim Bakanlığı (MEB) belgeli, yüzlerce geleceğin şef adayı ve yiyecek içecek sektörü işletmecisi kazandıran USLA, yine AHA-İHMS işbirliği ve organizasyonu ile birçok başarılı mezununa, ABD'deki dünyaca ünlü oteller ve restoranlarda staj fırsatı sağladı.

sınıflarımızda Bahçeşehir Üniversitesi'nin Gastronomi Bölümü öğrencilerine mutfak eğitim veriyoruz. Geçen yıl başlayan bu iş birliği, bu yıl 5 yıllık bir anlaşma ile uzun dönemli, sürdürülebilir bir projeye dönüştü. Akademimizin son teknoloji ile donatılmış uygulama sınıflarında, deneyimli eğitmen şeflerimizle, üniversite ve meslek yüksek okulları gastronomi bölümlerinin mutfak eğitimlerini gerçekleştirmek konusunda, önümüzdeki dönemde yeni adımlar atmayı hedefliyoruz.

Yakın bir zamanda, online eğitime de başlayacağız. USLA olarak hedefi büyütmek gibi bir kararımız vardı. Online eğitimlerde, zaman mekan kısıtı olmadan Türkiye'nin her yanından çok geniş bir kitleye erişim olanağı elde ediyorsunuz ve sınıf kapasitesiyle sınırlı olmuyorsunuz. Programın başlamasıyla birlikte Türkiye'de ilk kez Bahçeşehir Üniversitesi Sürekli Eğitim Merkezi (BAUSEM) işbirliği ile Online Yiyecek İçecek İşletmeciliği Eğitimi vermeye başlayacağız. Bu işbirliği için imzalarımızı attık, hazırlıklara başladık.

Bu noktada USLA için öncelikli hedeflerinizi daha detaylı sormak isterim. Kurum hassasiyeti temelinde USLA'nın gelecek döneme ilişkin yol haritası, iş geliştirme modelleri ne olacak?

Vizyoner bir bakış açısıyla, öğrencilerimizin geleceğine dokunmak, öğrencilerimizi bir mücevhere dönüştürmek daima öncelikli hedefimiz oldu. Bize göre onlarda birer cevher var ve onlar burayı tercih ediyorlar. Bizler ise tercih edilen bir eğitim kurumu olarak, onlara beklentilerinden de fazlasını sunabilme sorumluluğu hissediyoruz. Tevazu göstermeyeceğim, bu noktaya ulaşabilmek için çok çaba sarf ettik. Gelecekte parlak bir kariyer yolculuklarının kaynağı ve başlangıç noktası olabilmek için, sürekli yenilikçi bir çizgide ilerlemeye devam edeceğiz. Butik bir eğitim kurumu olarak, her öğrencisinin nitelikleri ve geleceği ile özel olarak ilgilenebilme, hem de uluslararası eğitim standartlarını uygulayabilme avantajlarına sahibiz. Bahçeşehir Üniversitesi Gastronomi Bölümü mutfak eğitimleri ve Bahçeşehir Üniversitesi Sürekli Eğitim Merkezi işbirliğiyle Online Yiyecek İçecek İşletmeciliği Eğitimi, kurumumuzun ne kadar donanımlı ve yenilikçi olduğunu ortaya koyuyor.



Ayrıca, biz lezzet eğitimine, mutfaktan değil, tarladan başlıyoruz. Devam eden tarla derslerimiz var. Öğrencilerimiz bu dersle, tarladan mutfağa kadar yemeğin tüm serüvenini birebir yaşama imkanı buluyorlar. Haftada bir gün onları saat 7.00'de servislere bindirip Polonezköy'deki USLA'nın anlaşmalı olduğu tarlaya götürüyoruz. Tohumun ekilmesinden ürünün kolilenmesine kadarki süreci, ürüne dokunarak her aşamada deneyimliyorlar. Biliyorsunuz, AHA sertifikasyonumuz sayesinde, başarılı mezunlarımızdan dileyenlere ABD'de staj fırsatı sağlıyoruz. ABD'nin dünyaca ünlü otel ve restoranlarında AHA desteğiyle staj yapma ve global bir kariyere yelken açma olanağı sunuyoruz. Yakında, Mutfak İngilizcesi eğitimlerine başlıyoruz. Öğrencilerimize, mutfağın evrensel dilini kazandırarak, onları daha da donanımlı hale getirmeyi hedefliyoruz. USLA'nın farkı, burası bir öğretim kurumu değil, gerçek manada butik özellikleriyle öne çıkan bir eğitim kurumu olması. Yani amaç sadece öğrencilere, sadece bir takım bilgi ve beceriler aktarmak değil, onlara geleceklerini en doğru biçimde planlayıp, hedeflerine emin adımlarla yürüyecekleri bir vizyon kazandırmak. Bu amacı ve hedefi paylaşan her kurumla, sinerji yaratacak işbirliği olanaklarını değerlendiriyor, böylece eğitim kalitemizi sürekli geliştiriyoruz.

USLA'nın 2018 için farklı projeleri de var mı?

Bu yıl, biraz önce söz ettiğim gibi Online Eğitim ve Mutfak İngilizcesi eğitim modülümüzü devreye sokacağız. Üniversiteler ve meslek yüksek okulları ile eğitim işbirliğimizi, bu yıl daha da geliştirmek için çalışacağız. Mezunlarımızın işe yerleştirilmeleri konusunda, zaten onlara bire bir gerekli desteği veriyoruz. Otel ve restoranlardan gelen taleplere, mezunlarımızı yönlendiriyoruz. Ancak USLA çatısı altında, mezunlarımızın kariyer planlamalarını kurumsallaştıracak bir sistem kurmayı da hedefliyoruz. Ayrıca USLA adına çıkarmak istediğimiz bir dergi hazırlığındayız. Başta



öğrencilerimiz olmak üzere tüm sektörü bilgilendireceğimiz bu yayın, kesinlikle kar odaklı olmayacak. Sanırım ilk baskımızı da Nisan ayı gibi yapmış oluruz. Onun dışında USLA olarak farklı şubeler ve farklı şehirler paralelinde büyümemizi sürdüreceğiz. Şu an tamamen yurt içi odaklı ilerliyoruz, yurt dışı planlamalarımız yok.

Biraz da sizi tanıtmak isterim. İş dünyasında nasıl bir Emel Arslan Güryıldız var? Çalışma prensipleriniz neler? Sizi daha yakından tanıyabilir miyiz?

Ben karşımdakinin ceketini giymeden karar vermem. Mutlaka onun gibi düşünerek, empati yaparak kararlarımı almaya çalışırım. Empati benim hayatta olmazsa olmazım. Aynı şekilde bunu karşımdakinden de beklerim.
Aidiyet de önemli benim için, sahibi gibi davranmak değil, sahiplenmek. Sahibi gibi davranmak başka bir şey sahiplenmek başka bir şey çünkü. Danışman şefimiz Murat Bozok da dahil, USLA'ya eminim herkes, her sabah büyük bir keyifle geliyor. İnsanın hayatta bir anlamı olmalı bence. USLA, benim hayattaki anlamıma en yaklaştığım yer, bunu rahatlıkla söyleyebilirim. Çünkü burada bir çok insanın hayatına dokunabiliyor, onu bambaşka yerlere taşıyabiliyorsunuz, tıpkı sihirli bir değnek gibi…
Biraz önce öğrencilerimize oryantasyon eğitiminde şunları söyledim: "Hiçbiriniz başladığınız gibi olmayacaksınız. USLA nereye ulaşmak istiyorsanız sizi oraya taşısın." O çocukları alıyorsunuz, anlıyorsunuz, gerçekten isteyeni de görüyorsunuz ve görünmez bir el etkisiyle daima onların arkasında duruyor ve desteklerinizi esirgemiyorsunuz.
İşte benim için hayatın anlamı, hayattaki anlamım bu. Beni mutlu eden insanların hayatına dokunmak inanılmaz keyifli ve huzur verici. En büyük zenginliğim üstlendiğim bu misyon olsa gerek.

Bir kadın olarak iş dünyasında yaşadığınız zorluklar oldu mu?

Mutfak, profesyonel manada erkek egemen gibi görünse de, bence kadınlar mutfakta en az erkekler kadar başarılılar. Kadınların içlerinde çok güçlü bir enerji ve potansiyel var ama o enerjilerini üretime geçiremiyorlar. Bu soruna yönelik de çalışmalarımız sürüyor. Bu sene USLA olarak o çocuklarımıza da dokunmayı planladığımız çok büyük bir proje hazırlığındayız. O çalışmada da, neredeyse son noktaya geldik.



Yöneticilikte yaşadığınız deneyimlerinize dayanarak bağlı bulunduğunuz alanda olan veya var olmak isteyen kadınlara vermek istediğiniz mesajlar var mı?

Kadın, imkan bulduğunda çok daha başarılı olabiliyor. Çünkü kadın yönetici ne istediğini biliyor. Erkeği de biz kadınlar yetiştiriyoruz zaten. Bir kadın olarak iş dünyasında varlık göstermek ve ayakta durabilmek elbette zor ama herhalde güçlü olmak lazım. Çünkü kadın güçlü olursa dünya değişiyor.

Akademi'den kalan zamanlarda neler yapıyorsunuz? Mutfakla aranız nasıl mesela?

Asker bir babanın çocuğu olduğum için hayatım hep tayinlerle geçti. İlkokuldan itibaren başladığım bir yerde okulumu bitiremedim ne yazık ki. En son memleketimiz İzmir'e döndük, ama o zamana kadar Türkiye'nin pek şehrinde ikamet etmek durumunda kaldık. Dolayısıyla ben birçok yörede neler yenir iyi bilirim. Çok geniş bir lezzet hafızam oluştu. Bunun içinde etli ekmek de vardır, kartol da… Tüm o yolcuklarda hafızanızda mutfağa dair pek çok bilgi biriktirirsiniz. Tabi annem de çok keyifli yemekler yapar. İzmir deyince, otlarla nefis yemekler pişirilir. Eşim sayesinde 20 yıldır Boşnak mutfağını da yakından biliyorum . Et kültürü ile bir araya geldiklerinde muhteşem bir harmoni ortaya çıkıyor

> *"USLA'da, kendimi bir yönetici olarak düşünmüyorum. Bence her insanın hayatta bir anlamı olmalı. USLA, benim hayattaki anlamıma en yaklaştığım yer. Çünkü burada birçok insanın hayatına dokunabiliyor, onu bambaşka yerlere taşıyabiliyorsunuz, tıpkı sihirli bir değnek gibi…"*



haliyle. Sonuç olarak mutfakta olmayı seviyorum; yemek yemek de pişirmek de beni mutlu ediyor.

Türk gastronomisinin gelişimiyle ilgili neler söylemek istersiniz?

Türkiye'de gastronomi parlayan bir yıldız, herkes bir ucundan tutmak istiyor. El ele tutmak, birlik olmak, beyin fırtınaları yapmak, dışarıya açılmak lazım. Çünkü pasta çok büyük. Gastronomi konusunda Türkiye'de herkes bir şeyler söylüyor, ama herkesin kafası karışık. Lezzet değerlerimizi, belli standartlara kavuşturmak, yaşatmak ve onlara değer katmak konusunda yapılması gereken çok şey var. Kurumsallaşmak ve markalaşmak, insan kaynağımızı daha nitelikli hale getirmek gerekiyor. Bakıyorsunuz, kavramlar, sıfatlar, unvanlar her şeyin önüne geçmiş. Gastronomi sektörünün gelişmesi için herkesin elini taşın altına koyması gerekiyor.

USLA, bu anlamda ne tür bir sorumluluk ve sektör bilinci içinde hareket ediyor?

Bu konuda sektörün tüm bileşenlerine önemli görevler düşüyor elbette. Bunların en başında eğitim geliyor ki, biz USLA olarak sektöre sektöre nitelikli insan kaynağı kazandırarak değer katmak adına çalışmalarımıza hız kesmeden devam ediyoruz. Sektör bilincinin oluşmasına ve gelişime öncülük edebilmek adına, ilgili tüm kuruluşlar ve sivil toplum örgütleriyle, yeni projeler geliştirmek konusunda, son derece istekli ve özverili davranıyoruz. Öyle inanıyorum ki, USLA önümüzdeki dönemde de sektöre örnek olacak projelerle, kamuoyunda farkındalık sağlanmasına ve sektörel gelişime önemli katkılarda bulunmaya devam edecek.

Her geçen gün sayıları artan mutfak akademileri için ne düşünüyorsunuz peki?

Eğitim, her alanda ve her sektörde katma değer yaratır. Bu açıdan baktığınızda, yüksek öğrenim kurumlarıyla birlikte mutfak akademilerinin sayılarının artması, gastronomi alanındaki gelişime katkı sağlar diye düşünüyoruz. Daha doğrusu böyle düşünmek istiyoruz. Eğitimde kalite standartlarını doğru belirler ve haksız rekabete olanak sağlayan düzensizlikleri giderebilirsek, Türkiye'de gastronomi alanına yapılan yatırımlardan sadece yüzde 5'ler düzeyinde pay alan eğitim, bu sektörün lokomotifi haline gelebilir. Eğitim kurumlarının, her alanda olduğu gibi, mutfak eğitiminde de, sayıları ve ölçeklerinden çok niteliklerini geliştirmek gerekir diye düşünüyoruz. O nedenle USLA olarak, kontrolsüz bir büyüme yerine, kalite standartlarımızı koruyup geliştirecek adımlar atmayı daha öncelikli görüyoruz.

Son olarak bundan sonra neler yapmak istiyorsunuz?

USLA olarak, Türkiye'de gastronomi alanında yapmamız gereken çok şey olduğuna inanıyorum. Anlatmaya çalıştığım gibi, bir çok projemiz, pek çok hayalimiz var. Geleceğin eğitimli şefleri için, Türkiye ve dünyadaki marka değeri yüksek otel ve restoranların mutfaklarında, çok parlak bir kariyer fırsatı var. Anadolu, her yöresi ile büyük bir lezzet hazinesi. Beyaz yakalılarımız kadar, beyaz keplilerimize de dünya ile rekabet edecek bir vizyon kazandırarak, Türk Mutfağı'nı hak ettiği seviyeye ulaştırmak konusunda, büyük katkılar sağlamak istiyoruz. Eğitim her şeyin temeli. Bu kurumun CEO'su olsam da, eğitim standartlarımızı deneyimleyebilmek, öğrencilerimiz ve eğitmen şeflerimiz ile uygulamalı sınıflarımızda aynı havayı teneffüs etmek için, USLA'da ben de profesyonel mutfak eğitimi almaya başlayacağım. Hiçbir başarıyı yeterli görmeden, büyük bir motivasyonla bu yolda hep birlikte yürümeye devam edeceğiz.

"Öğrencilerimizin geleceğine dokunmak, onları bir mücevhere dönüştürmek, her zaman benim öncelikli hedeflerimden biri oldu. Bize göre onlarda birer cevher var ve onlar burayı tercih ediyorlar. Bizler ise tercih edilen bir eğitim kurumu olarak, onlara beklentilerinden de fazlasını sunabilme sorumluluğu hissediyoruz."

LAVA 2018'de Almanya'daki yeni yatırımıyla atılımlarını sürdürecek

Geçtiğimiz yıl 70 ülkeye yaptığı ihracatla dünya pazarlarındaki gücünü de ortaya koyan döküm demir markası LAVA Döküm A.Ş., Ocak 2018'de Almanya'da LAVA GBMH şirketini ve deposunu hizmete sokarak pazardaki atılımlarını sürdürecek.

Türkiye'nin döküm demir markası LAVA Döküm A.Ş., HoReCa pazarının yanı sıra toptan satışlar ve ulusal marketlere yönelik başarılı satış grafiğiyle de sektördeki liderliğini koruyor. Geçtiğimiz yıl 70 ülkeye yaptığı ihracatla dünya pazarlarındaki etkin gücünü de ortaya koyan döküm markasının 2018 yılı için yeni bir yatırım hazırlığında olduğunu belirten LAVA Döküm A.Ş Genel Müdürü Reyhan Ekşi, "2017 yılında 70 ülkeye ihracat yaparak dökümde gerek HoReCa gerek toptan satışlar gerekse ulusal marketlerde son kullanıcı tarafında yaptığımız satışlar ile hem ülkemizde hem de dünya genelinde başarı grafiğimiz hızla arttı. Bu atılımlarımızı gelecek yıl Ocak ayında Almanya'da LAVA GBMH şirketini ve deposunu açarak daha da büyütmeyi hedefliyoruz. Bu şekilde yurt dışındaki toptancılarımıza daha yakın mesafede lojistik depolama konusundaki zorlukların da önüne geçeceğimizi düşünüyoruz" dedi.

"2018'de portföyümüze yeni ürünler eklemeye devam edeceğiz"

LAVA'nın sadece kendi markasıyla üreterek, Türkiye'nin döküm pazarındaki varlığını dünya piyasalarındaki "ilk 5"


LAVA Döküm A.Ş Genel Müdürü Reyhan Ekşi

başarısıyla da ispatladığını ifade eden Reyhan Ekşi, "Amazon US dahil olmak üzere internet satışlarında da artan bir başarı grafiği sergilemekteyiz. Ünlü şeflerin, restoran sahiplerinin, otellerin tercih ettiği markamız olarak 2018 yılında portföyümüze sunumlarda harikalar yaratacak ürünler eklemeye devam ediyoruz" diye konuştu.

Otellerin “en yeni milli program” üreticisi Kod Yazılım

“2015 yılında mevcut zincir işletmelerimizin farklı konseptlerde otel yatırımlarının olması ve şirketimizin Akdeniz çanağında doğal büyüme sınırlarına gelmesinden dolayı Sedna ürünümüzü renovasyona alma kararı aldık. 2 yıl süren sektör profesyonelleriyle görüşmelerimiz ve buna bağlı Ar-Ge süreçlerimiz bittiğinde bütün bir dünya için hızlı pratik ve iyi hizmeti sunabileceğimiz ‘Yenilenen Sedna’ ortaya çıktı…”

İşletmelerin PMS ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla 2003 yılında faaliyetlerine başlayan KOD Yazılım, konaklama işletmeleri ve turistik ürün sunan işletmelere sunduğu Sedna Hotel Management uygulamasıyla yurt içi ve yurt dışı pazarlarda etkin bir satış pazarlama ağına sahip. Bu yılki çalışmalarını Marmara Bölgesi ve İstanbul üzerinde yoğunlaştırmayı hedefleyen firmanın kuruluşunu, otellere yönelik ürünlerini ve 2018 yılı projelerini KOD Yazılım Marmara Bölge Sorumlusu Arda Erdal anlattı…

KOD Yazılım, sektörün en yeni firmalarından biri. Firmanızın kuruluşundan ve faaliyet alanlarından bahseder misiniz? Otellere ve restoranlara sunduğunuz çözümler nelerdir?

Sektörel anlamda bakacak olursak KOD Yazılım, 2003 yılından bu yana işletmelerin PMS ihtiyaçlarını karşılamak adına çalışmalar yapmaktadır. Daha çok büyük grup işletmeler Sedna Hotel Managemet kullanımını seçseler de mevcut referanslarımıza baktığımızda %40 zincir olmayan tekil işletmelerin de programımızı tercih ettiği görülmektedir. Aslında Sedna Management Programımızı yazımsal ifade ile anlatmak güç olsa da kısaca mevcut bir konaklama işletmesinin A’dan Z’ye bütün ihtiyaçlarını karşılamakla birlikte bu hizmetleri kolay ulaşılması adına mobile tarafını da etkin olarak kullanmaktayız. Müşterilerimize Android ve IOS platformlarından bir konaklama işletmesinin işleyişini hızlandırmak ve kolaylaştırmak adına birçok farklı ürün sunmaktayız. Sedna

“İnanıyorum ki çok yakın gelecekte ‘Sedna’ ismi daha fazla profesyonele ulaşacak ve şimdiye kadar hiç görmedikleri kolaylıkları çok hızlı bir şekilde sunabilen bir programı kullanma imkanı bulacaklar.”

Hotel Management Ürünümüz “Tailor Made” anlayışı benimsenerek yaratıldığı için her işletme ihtiyaçları doğrultusunda programımızı şekillendirebilir.
Kısacası işletmeler ürünümüzden ne kadar yararlanmak isterlerse, bizler bu hizmetleri anında işletmeye göre sunabiliyoruz. Ürünlerimize ana hatlarıyla baktığımızda Ön Büro ve Rezervasyon Hizmetleri, Muhasebe ve Stok Hizmetleri, F&B ve POS Hizmetleri ve Online Kanal Hizmetleri gibi birçok alanda profesyonelleşmiş durumdayız. Aksi takdirde şu anda mevcut Akdeniz çanağındaki konaklama işletmelerinin %70'i, Avrupa, Orta Doğu ve Uzak Asya ülkeleri bizleri tercih etmezlerdi!..

KOD Yazılım olarak neden İstanbul, neden 2018?

KOD Yazılım olarak ilk başta gelen şirket kuralımız bir işin en iyi şekilde hazırlandıktan sonra sunularak, kar kaygısız gütmeden hizmet odaklı çalışma anlayışıdır. Bildiğiniz üzere şirketimizin merkezi Antalya'da bulunup Sedna Hotel Management ürünümüz de bu lokasyondan hizmet veren işletmeler için tasarlanmış bir üründür. Fakat 2015 yılında mevcut zincir işletmelerimizin farklı konseptlerde otel yatırımlarının olması ve şirketimizin Akdeniz çanağında doğal büyüme sınırlarına gelmesinden dolayı Sedna ürünümüzü renovasyona alma kararı aldık. 2 yıl süren sektör profesyonelleriyle görüşmelerimiz ve buna bağlı Ar-Ge süreçlerimiz bittiğinde bütün bir dünya için hızlı pratik ve iyi hizmeti sunabileceğimiz “Yenilenen Sedna” ortaya çıktı. Elimizdeki bu yeni program ile medeniyetler beşiği, dünyanın en çok ziyaret edilen sayılı metropollerinden biri olan Şehr-i İstanbul'un beğenisine sunmak istedik. İnanıyorum ki çok yakın gelecekte 'Sedna' ismi daha fazla profesyonele ulaşacak ve şimdiye kadar hiç görmedikleri kolaylıkları çok hızlı bir şekilde sunabilen bir programı kullanma imkanı bulacaklar.

Kuruluş hedeflerinizde yurt içi ve yurt dışı faaliyetlerin oranı nedir? Ağırlıklı hangi pazarlarda ve bölgelerde yer alıyorsunuz?

Teknolojinin sayesinde globalleşmenin bu kadar rahat olduğu bir dünyada tabii ki KOD Yazılım olarak bizler de global anlamda çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Globalleşme veya lokal bir çözüm olma noktasında ise ülkemiz turizm anlamında aynı zaman diliminde birçok turistik ürünü aynı anda verebilen bir coğrafyada yer alıyor ve buna bağlı olarak dünyada konaklama tesisi sayısı bakımında en yoğun lokasyonlardan biri. Bu sebeplerden dolayı konsantrasyonumuzun %80'lik bölümü ülkemiz pazarına, %20 'lik bölümü ise global pazarlara ayrılmış durumdadır. Konaklama işletmeleri veya turistik ürün sunan işletmeler anlamında hemen her kesime uygun programlarımız mevcut ki bunun başında Sedna Hotel Management geliyor. 2015 – 2018 yılları arasında yapmış olduğumuz Ar-Ge çalışmaları neticesinde ise 2018 hedeflerimizi daha çok Marmara Bölgesi ve İstanbul üzerinde yoğunlaştırmış durumdayız.



Turizm sektörünün gidişatı doğrultusunda bu yıldan beklentileriniz neler?



KOD Yazılım Marmara Bölge Sorumlusu Arda Erdal

Bu soruya şöyle cevap vermek doğru olacaktır. EMITT 2018 Fuarı çerçevesinde bizler de EMITT'teki yerimizi aldık. Fuarda yaptığımız görüşmeler ve gözlemlerimiz doğrultusunda 2018 yılı turizm adına ülkemizde çok parlak geçeceği kanısındayım. Buna bağlı yeni yatırımlar olacağına ve 2017 yılında süregelen, devletimizin sağladığı yardım ve kolaylıkların artarak devam edeceğine inanıyorum.
Kendi sektörüm adına değerlendirme yapmak gerektiğinde, gerçekleştirilecek yeni projeler ve daha profesyonel programlar kullanmak isteyen turizm profesyonellerin tercihleri doğrultusunda bereketli ve güzel bir 2018 bizleri beklediği kanısındayım.

Genel olarak bağlı bulunduğunuz sektörü nasıl değerlendiriyorsunuz? HORECA sektöründe hizmet standartları dünyada ve Türkiye'de ne tür değişiklikler gösteriyor?

Ülkemizde mevcut olan, bu işi profesyonel olarak yapan yerli PMS yazılımlarının tümü kolaylıkla bütün dünyada kullanılabilir durumdadır. Hatta bu konuda dünya devleri olarak nitelendirilen firmalardan çok daha kalite hizmet ve ürünler sunulduğuna inanıyorum. Global pazarı incelediğimizde çoğu konaklama işletmesi tek veya 2-3 turist profiliyle çalışırken ülkemizde bu çeşitlilik oldukça fazladır. Ve eğer PMS yazılımları konusunda bizler bu çeşitliliğin altından kalkabiliyorsak milli programlarımız diğer programların üstündedir. Ülkemizde PMS yazılımı firmaları adına bir değişiklik sunacak olsam devlet büyüklerimizden bu konuda bir yasa çıkartmalarını isterdim. Tabii ki serbest piyasa ekonomisi bizim sektörümüzde de var fakat bu işi profesyonel olarak yapmayan ve birçok konaklama işletmesini zor duruma sokan firmalarda mevcut. Eğer ki bir yasa çerçevesinde biz profesyonellerin bulunduğu bu piyasa koruma altına alınırsa sahadaki profesyoneller daha kaliteli hizmet sunma imkanı bulacak ve ayrıca yeni profesyonel firmaların bu piyasaya girmeleriyle gerçek bir rekabet ortamı oluşturulacaktır.



KLEO MiniBar 2018'de sağlık yatırımlarıyla büyüyecek

"Turizmde sıkıntılı bir 2016 yılı geçirdikten sonra 2017 yılı bir nevi toparlanma, mevcudu koruma yılı olarak geçti. Dolayısıyla yatırımcılar bu belirsizlikte yeni projeler ya da yenilemeler için bütçe ayırmadı. Fakat sezon sonundan itibaren 2018 yılının verilerinin iyi gelmesi ile dönüşüm, yenileme projeleri hızla arttı. Bu sene de devam edeceğini düşünüyoruz."



KLEO MiniBar Satış Müdürü Özgür Yeğin

Turizm, sağlık, konaklama ve taşımacılık sektörlerine minibar, kettle, sunum tepsisi, safebox ve valiz sehpası çözümleri sunan KLEO MiniBar, bu yıl 18. kez katıldığı ANFAŞ Otel Ekipmanları Fuarı'nda sergilediği yeni ürünleriyle inovatif, teknolojik ve vizyoner marka gücünü bir kez daha ortaya koydu.
2017 yılındaki toparlanma sürecine bağlı olarak bu yıldan beklentilerinin yüksek olduğunu belirten KLEO MiniBar Satış Müdürü Özgür Yeğin ile ANFAŞ Fuarı'nı ve yeni döneme ilişkin planlamalarını konuştuk.

ANFAŞ Otel Ekipmanları Fuarı'nda bu sene de yerinizi aldınız. Fuar nasıl geçti, hedeflerinize ne oranda ulaşabildiniz?



Gayet güzel, oldukça verimli bir fuar geçirdik. Buradan da emeği geçen tüm ANFAŞ Fuarcılık yönetimine ve çalışanlarına teşekkür ederiz. Bu yıl 29. su düzenlenen fuara 18. kez katılmış olduk. Başlıca hedeflerimiz yeni ürünlerimizi ve mevcut ürünlerimizdeki yaptığımız yenilikleri tedarikçilerimize sunmak, onların ürünlerimiz ve hizmetlerimiz hakkındaki görüşlerini almak, yurt dışından katılan firmalar ile iş ortaklıklarımızı güçlendirmek, sayısını artırmaktı. Her sene olduğu gibi bu sene de birçok yabancı firma ile görüşmelerimiz ve bağlantılarımız oldu. Katılımcıların büyük bir kısmı; Türkiye Cumhuriyetleri, Balkan ülkeleri, İran, Ürdün, Filistin ve Rusya gibi ülkelerdi. 70 ülkeye ihracat yapan bir firma olarak arzumuz; İngiltere, Almanya, Fransa ve Hollanda gibi ülkelerden katılımcıların sağlanması ve artırılmasıdır.

Bu tür fuarlar firmanıza neler katıyor?

Bizim için en önemlisi, yaptığımız işin, ürünün, hizmetin, yeniliklerin değerlendirilmesi ve karşılıklı fikir alışverişinde bulunulmasıdır. Aldığımız geri dönüşler bizim en önemli Ar-Ge kaynağımızı oluşturmaktadır. Bu doğrultuda kurumsal alıcılarla ikili ilişkileri en yüksek seviyede tutan sektördeki nadir firmalar arasında yer alıyoruz. Dolayısıyla alınan bilgiler ışığında Ar-Ge ve Ür-Ge çalışmalarımız çok hızlı ilerliyor. Örneğin 2015 yılı ANFAŞ Fuarı'ndan gelen geri dönüşler doğrultusunda 2016 yılında enerji sınıfı A++ olan Ekovat (Kompresörlü) Sistem MiniBarlarımıza RTC (Real Time Clock-Uyku Modu) özelliğini ekledik.
Ekovat Sistem MiniBarlarımız Absorbe Sistem MiniBarlarımıza göre 2,5 kat daha iyi soğuturken 6 kat daha az enerji tüketir hale geldi. Böylelikle sektöründe enerji sınıfında A+++ ürün üreten ilk ve tek firma olduk. Onun da haklı gururunu yaşıyoruz. Ürünümüz 2017 yılında ulusal ve uluslararası zincir oteller dahil birçok yeni







projelerin ve revizyon projelerinin aranılan ürünü olmuştur, olmaya da devam etmektedir. Çünkü düşük enerji tüketimi ile ülkemize ve yatırımcılarımıza ciddi tasarruf olanağı sağlamaktadır.

Bu sene fuara hangi ürünlerinizle katıldınız? Tanıttığınız yeni ürünleriniz oldu mu?

KLEO MiniBar olarak; turizm, sağlık, konaklama ve taşımacılık sektörlerine hizmet sunuyoruz. Ürünlerimiz minibar, kettle, sunum tepsisi, safebox ve valiz sehpasından oluşmaktadır. Her ANFAŞ Fuarı'nda olduğu gibi bu sene de yeni bir ürün tanıtımımız oldu. Uluslararası zincir ve şehir otellerinden gelen talepler doğrultusunda yine Türkiye'de bir ilki başararak 20 Litre MiniBarımızı tedarikçilerimizin beğenisine sunduk. Oldukça beğenildi ve ilgi gördü. Absorbe sistem ve A+++ Ekovat sistem olarak üretimlerimiz devam ediyor. Ayrıca mevcut Absorbe sistem minibarlarımızda yeniliğe giderek otomatik defrost özelliği ekledik. Bu sayede tüm MiniBarlarımızda Led iç aydınlatma ve otomatik defrost özelliklerini standart olarak sunmaya başladık. Yine 20 litre olan fakat bir tablo gibi duvara asılan MiniBarımızı sergiledik, geliştirme çalışmalarımız Akdeniz Üniversitesi ve Devlet destekli olarak devam etmektedir.

Değerlendirmelerinize göre 2017 yılı turizm sektörü için nasıl geçti? Bu yıldan beklentileriniz neler?

Hepimizin bildiği gibi turizmde sıkıntılı bir 2016 yılı geçirdikten sonra 2017 yılı bir nevi toparlanma, mevcudu koruma yılı olarak geçti. Dolayısıyla yatırımcılar bu belirsizlikte yeni projeler ya da yenilemeler için bütçe ayırmadı. Fakat sezon sonundan itibaren 2018 yılının verilerinin iyi gelmesi ile dönüşüm, yenileme projeleri hızla arttı. Bu sene de devam edeceğini düşünüyoruz.
Ayrıca sağlık sektörü yatırımlarında hijyenik koşulların ve hepatit riskinin olmaması için buzluksuz A+++ Ekovat serisinin talep edilmesi nedeni ile bu modellerimize yoğun talep olmaktadır. 2018 yılında sağlık sektörü yatırımlarında da önemli bir tedarik hacmine ulaşmayı hedefliyoruz.



Uraz Solmaz: "Toplam satışın yüzde 50'sini turizm oluşturuyor"

"Toplam satışın yüzde 50'sini turizm oluşturuyor. Bu satış, sadece Türkiye için değil; Avrupa, Kuzey Afrika, BDT ve Rusya'yı da kapsamaktadır. Bugün Maldivler'den Karayipler'e kadar birçok turistik tesisin yataklarının tedarikini sağlamaktayız."



Sabah Yatakları
Toplu Satış Sorumlusu
Uraz Solmaz

1980'lerde 400 metrekare bir alan üzerinde günde 70 yataklık imalat kapasitesinden bugün tek bir vardiyada 900 yatak üretim hacmine ulaşan Sabah Yatakları, 14 farklı yatak modeliyle otellerin en fazla talep gören tedarik güçlerinin başında geliyor. Toplam satışın yüzde 50'sini turizmin oluşturduğu markanın otellere yönelik çözümlerini Sabah Yatakları Toplu Satış Sorumlusu Uraz Solmaz anlattı.

Sabah Yatakları'nın kuruluşundan ve gelişiminden kısaca bahseder misiniz?

Sabah Yatakları bir aile şirketi, İstanbul Güneşli'de başlatılan bir organizasyon. İlk kurulduğumuzda 400 metrekare bir atölyede, günde 70 adet yatak üreten bir firmaydık. 1980'li yılların Türkiye'sinde bizim dışımızda bir iki yatak firması daha vardı. İlk adımımızı oralarda attık. Daha sonra yetmedi, biraz daha büyüdük, biraz daha büyüdük...
1996 yılında fabrikamızda imalât konusunda alanla ilgili ciddi sıkıntılar baş gösterince Çorlu'da 30 bin metrekarelik bir alan üzerinde 10 bin metrekare kapalı bir yer inşa ettik. O günden beridir de Çorlu fabrikamızda imalat çalışmalarımızı



sürdürüyoruz. 70 adet yataktan, tek bir vardiya ile 800-900 yatak üretme noktasına geldik.

14 farklı yatak modeliniz var. Ürünlerinizin öne çıkan özellikleri neler? Gündeminizde ürün gamına eklemeyi planladığınız yeni yatak modelleri var mı?

Pek çok beş yıldızlı otel ile çalışıyoruz. Sadece Türkiye'de değil, yurt dışındaki otellere de ürün veriyoruz. Bu firmalar çalışırken çok ciddi araştırmalar yapıyorlar ve bir reçete oluşturduklarında o reçete hakikaten optimal bir reçete oluyor. Bizim yatak ürün gamımız da bu reçetelerin



Röportaj: Gizem Yıldız



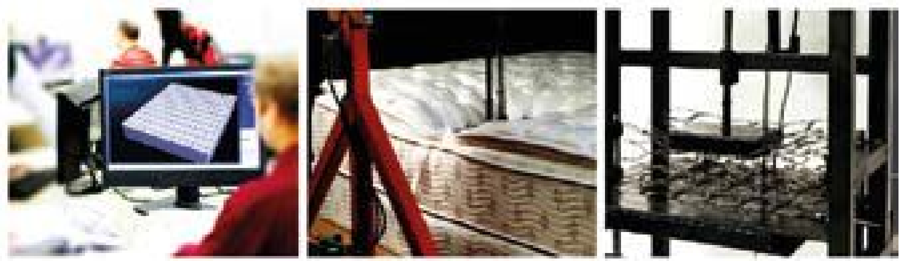


toparlanmasıyla oluşan yataklar. İç piyasadan farklılıkları var elbette. Her şeyden evvel maksimum hijyen güvencesini görmek istiyorlar. Kumaşlarda kullanılan bir takım özel teknikler, malzemeler var. Bakteri oranları düşürülüyor, alev geciktiricilik gibi özellikler ekleniyor. Biz de Sabah Yatakları olarak müşterilerimizin talep ve beklentilerine en doğru çözümleri sunmak adına Ar-Ge çalışmalarımızı hassasiyetle yürütüyoruz. Malum, tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de yatak konusunda çok ciddi teknolojik adımlar atılıyor. Biz de firma olarak bu atılımları çok yakından takip ediyoruz. 2018 yılı ve sonrası için ürün yelpazemize eklemeyi düşündüğümüz yeni ürünler elbette ki olacak.

Türkiye'de yatak üretimi konusunda yapılan Ar-Ge çalışmalarını yeterli görüyor musunuz?

Bahsettiğim gibi bu konu ile ilgili olarak birçok reçete çıkartılmakta, Ar-Ge testleri uygulanmaktadır. Örneğin; Evde çıkan yangınların yüzde 70'i yatakta çıkıyor. Yatakta uyurken sigara içmek en büyük sebebi... Dolayısıyla otellerde bununla ilgili bir takım önleyicilikler olması lâzım. Aslında evlerde de olması lâzım. Bugün Amerika ve İngiltere'de ev-otel ayırımı yok, hepsi standart. Bizde üretilen yatakların standardı şu anda Türkiye'de istenen kriterlerin üzerinde.

Uyku ihtiyacının gereken şekilde karşılanamaması ortopedik rahatsızlıklar, kalp rahatsızlıkları gibi birçok rahatsızlığa sebep olmakta. Gelecekte vücudun anatomik yapısı esas alınarak yapılan yatak seçimleri bir tedavi reçetesi şeklinde yapılabilir mi?



Kesinlikle uygulanabilir, özellikle yatak alırken yanlış, kulaktan dolma bilgilerden kaçınılması gerektiğini özellikle belirtmek isterim. Örneğin "çok sert yatak, iyi yataktır" inanışı, geçmişte kalan bir hurafedir. Doktor tarafından konulmuş bir bel rahatsızlığı teşhisi yoksa sert yatakta uyumak sağlıklı değil, yanlış ve konforsuz bir uyku sağlar.

Binlerce kişinin konakladığı otellerde yatak konforunun temel ölçütü nedir?

Otel yatağı dediğiniz zaman bu çok geniş bir konudur. Yedi yaşında bir çocuk da geliyor, 70 yaşında bir adam da. 40 kg birisi de yatıyor, 140 kg birisi de. Dolayısıyla optimal bir noktayı yakalamak zorundasınız. Bir de ülke bazında da uyku alışkanlıkları farklılık gösteriyor. Biz Türk milleti olarak biraz daha sert formlu yatakları seviyoruz genelde. Ama İskandinavları böyle bir yatakta mümkün değil yatıramazsınız, adam ikinci gün şikâyet yazar. Çünkü onlar çok yumuşak yatakları tercih ediyorlar.

Son yılları değerlendirdiğinizde yatak sektöründe yaşanan en önemli gelişme nedir?

Yatak teknolojisi son yıllarda büyük bir ivme ile gelişme göstermektedir. Torba yay, latex, visco ve daha birçok yenilik sayesinde "konfor" algısı gün geçtikçe değişmekte.





Turizm sektörünün en iyileri seçildi

Eczacıbaşı Profesyonel'in ana sponsorluğunda gerçekleşen, Profesyonel Otel Yöneticileri Derneği'nin (POYD) geleneksel gala gecesi, sektör temsilcilerinin geniş katılımıyla gerçekleşti. Bu yıl sekizincisi düzenlenen ve 'QM Awards'a ev sahipliği yapan galada Türk turizminin en iyi yönetilen kuruluş ve projelerine ödülleri verildi.Limak Hotel Lara'da gerçekleşen geceye POYD üyeleri ve turizm sektöründen 500 kişi katılım gösterdi. Türk turizmine katma değer sağlamayı hedefleyen Quality Management – QM Awards 2017 Ödülleri'nin bu yılki mottosu "Be the best" oldu. Eczacıbaşı'nın 75. yılı videosu ile başlayan törende Eczacıbaşı Profesyonel Genel Müdürü Melike Koçoğlu "Yıllardır omuz omuza çalıştığımız turizm sektörünün çok kıymetli üyeleri ile birlikte bugün burada olmaktan mutluluk duyuyoruz. Turizm sektöründeki değerli paydaşlarımıza elimizden gelen desteği vermeyi sürdüreceğiz'' dedi.





Geberit'ten genç beyinlerin gelişimine destek

Geberit, lise ve üniversitelerin ilgili bölümlerindeki öğrencilerle buluşarak eğitim alanındaki duruşunu net bir şekilde ortaya koyamaya devam ediyor. Geberit, meslek ve teknik liselerin yanı sıra üniversitelerin mimarlık bölümlerindeki öğrencilerine, ürün, sistem ve projelerini anlatmak amacıyla 4 yıl önce hayata geçirdiği projede bugüne kadar 1500 öğrenciyle bir araya geldi. Geberit'in bugüne kadar piyasaya sunduğu ürünlerin tasarlanmasından üretim aşamasına kadar birçok heyecan verici bilginin de anlatıldığı buluşmalarda aynı zamanda Geberit; üniversiteler ile özel projeler yapmanın ötesinde birçok konuşmacıya sponsor oldu. Eğitimler 2018 yılında da devam edecek.

Camda Dünya Mirası Koleksiyonu'ndan Kültepe Mumluk

Paşabahçe Mağazaları, Türkiye'nin tarihi ve kültürel varlıklarına yer verdiği 'Camda Dünya Mirası' koleksiyonuyla ürünlerini tarih ve sanatseverlerle buluşturuyor. UNESCO tarafından koruma altına alınan eserlerden esinlenilerek hazırlanan ve camda hayat bulan koleksiyonda öne çıkan eserlerden biri Kültepe Mumluk oldu. Paşabahçe Mağazaları'nın çeşitli sebeplerle bozulan, yok olan kültürel ve tarihi değerlerimizin yaşatılması için Anadolu'da yaşanan hikayelerden esinlenerek 20 farklı eserden oluşturduğu 'Camda Dünya Mirası' koleksiyonunda yer alan Kültepe Mumluk eşsiz motifleriyle dikkat çekiyor.



Şişecam Topluluğu'ndan yeni yatırım kararı

Şişecam Topluluğu, Ankara-Polatlı Düzcam Fabrikası'nda yapacağı yeni fırın yatırımıyla Türkiye'deki yatırımlarına bir yenisini daha ekliyor. Topluluk bünyesinde faaliyet gösteren Şişecam Düzcam'ın yaklaşık 480 milyon TL'lik yatırımla hayata geçireceği yeni fırın yıllık 220 bin ton üretim kapasitesine sahip olacak. Şişecam Topluluğu Yönetim Kurulu Başkan Vekili ve Genel Müdürü Prof. Dr. Ahmet Kırman, söz konusu yatırıma ilişkin olarak yaptığı açıklamada, Türkiye için değer yaratmayı sürdürdüklerinin altını çizerek, "Topluluk olarak sürdürülebilir büyüme hedefiyle çalışmalarımızı yürütüyoruz. Geçen yıl açıkladığımız Mersin ve Eskişehir'deki cam ambalaj ve Balıkesir'deki cam elyaf yatırımlarının ardından yeni yılda da Ankara Polatlı'daki düzcam yatırım kararını açıklamanın memnuniyetini yaşıyoruz. Türkiye pazarındaki potansiyel talep doğrultusunda geçekleştirilecek yatırımla Polatlı Düzcam Fabrikası'nda ikinci fırını devreye alacağız. Böylece Türkiye'deki düzcam üretim kapasitemiz 1,9 milyon tona ulaşacak" dedi.

İran'da Bosch Termoteknik ürünleri için üretim hattı açıldı

Bosch Termoteknik İran iş ortağı Butane Industrial Group, fabrikasında Bosch Termoteknik ısıtma ürünleri için ortak üretim hattının açılışını gerçekleştirdi. Bu açılış ile beraber bundan sonra Butane Industrial Group, Bosch Termoteknik ısıtma ürünlerinin üretim, satış ve satış sonrası hizmetlerinden sorumlu olacak. Bosch'un İran'daki faaliyetlerinde yüksekleri hedeflediğini belirten Bosch İran Genel Müdürü Andreas Schmidt, pazarın büyük bir nüfus potansiyeline sahip olduğunu belirterek İran'daki üretim geleceğinin ülkede yaşayan genç ve eğitimli nüfus sayesinde parlak olduğunu ifade etti. Schmidt, "Bu nedenle, Butane firması ile işbirliği yapmaya karar verdik. Ayrıca Butane markasının, insanlar arasında yüksek oranda kabul görmesi ve tercih edilmesi, iş birliğine başlamamızda önemli bir rol oynadı." dedi.





Ziad Al Bawaliz, Danfoss Türkiye, Orta Doğu ve Afrika (TMA) Bölge Başkanı olarak atandı

Isıtma, soğutma, motor kontrol sistemleri ve güç çözümleri alanında dünya lideri Danfoss'un Türkiye, Ortadoğu ve Afrika Bölgesinde görev değişikliği yaşandı. Levent Taşkın'ın ayrılmasının ardından Danfoss Türkiye, Orta Doğu ve Afrika (TMA) Bölgesi yeni Başkanı olarak Ziad Al Bawaliz atandı. Danfoss Grubuna 2012 yılında katılan Al Bawaliz, son beş senedir Danfoss Bölge Satış Direktörü görevini yürütmekteydi. 2015 yılında tüm Danfoss segmentlerinden sorumlu Danfoss MENA Genel Müdürü görevine getirilmişti.

Legrand Grup Türkiye 2017'nin en çok satış yapan bayilerini ödüllendirdi

Bina, elektrik ve dijital altyapıları için ürün ve sistemler konusunda uzman Legrand Grup Türkiye, bu yıl da düzenlediği Geleneksel Bayi Toplantısı'nda iş ortaklarıyla bir araya geldi. 150'nin üzerinde iş ortağının katılımı ile Kıbrıs Elexus Otel Resort'da gerçekleştirilen toplantılarda; 2017'nin en iyi satış yapan bayileri ödüllendirilirken, toplantının gündemini Legrand Grup Türkiye'nin 2018 hedefleri ve her markada gerçekleşecek yeni ürün lansmanları oluşturdu.





"Doğadan Sanata Sen Tasarla"ödülleri sahiplerini buldu

Yurtbay Seramik tarafından "Doğadan Sanata Sen Tasarla" sloganı altında düzenlenen " 5. Zeki Yurtbay Tasarım Ödülleri" yarışmasının ödülleri 12 Ocak 20 Cuma günü Raffles İstanbul'da bir törenle sahipleriyle buluştu. "Düzen ve Düzensizlik" temalı tasarım ödüllerine 366 projeyle katılan genç yetenekler, ürettikleri eserlerin; "Doğaya karışma öyküsünü" aktarmaya çalıştılar. Ödül töreninde kısa bir konuşma yapan Yurtbay Seramik Pazarlama Direktörü & Yönetim Kurulu Üyesi Sayın Melis Yurtbay; "Gençlerimiz, tıpkı Yurtbay Seramik'in doğaya duyduğu aşkı sanata dönüştürmesi gibi tasarımın doğasındaki zıtlıklar ile farklı renkleri seramiğin doğal formuyla buluşturdular ve birbirinden eşsiz sanat eserleri tasarladılar. Aslında tüm bunlar doğaya karışma öyküsü. Onun kusursuzluğu içinde kendi üretiminle ona ait bir parça olma tutkusu. Sanat, hayatın her alanında doğanın yansımalarıyla aydınlanan bir gökkuşağı gibi rengârenk... Bize düşen ise; o renkleri hayal gücümüzün renkleriyle karıştırıp tuvale sanatı resmetmek." dedi.

Rahat ve eğlenceli Sunset Grill & Bar Şefi FABRICE CANELLE

Bir şef için en değerli şeyin açık fikirli ve o yemeği paylaşabileceği insanlara yemek hazırlamak olduğunu söyleyen Fabrice Canelle, dünya milletleri arasında en çok Amerikalılar için yemek pişirmeyi sevdiğini söylüyor. Amerika'da özellikle San Francisco ve California halkının açık fikirli ve sadık olmalarının bunda önemli bir etmen olduğunu anlatan deneyimli şef, yemek pişirmek için en kötü milletin ise Fransa olduğunu söyleyerek, "Çünkü onların her zaman söyleyecekleri bir şeyleri vardır" diyor.

Fotoğraflar: Ümit Başer Alkaç

Küçük ve haşarı bir çocukken bir türlü sevememiş okula gitmeyi de ders dinlemeyi de... En büyük hayali büyük bir şef olmakmış çünkü. Kim sorsa "Merak etmeyin ben nasıl olsa şef olacağım" dermiş, başka bir şey söylemezmiş anlattığına göre...
Sunset Grill & Bar'ın deneyimli şefi Fabrice Canelle böyle başlıyor, 42 yıllık mutfak serüveninin o ilk dönemlerini anlatmaya. Mutfağa bu yoğun ilgisi öyle tek başına da olmuyor, Canelle'in. Misafirin bir tek gün bile eksik olmadığı anne mutfağıyla başlıyor aslında bugünlere uzanan ilk şeflik yolculuğu. Sonrasında Michelin yıldızlı mutfaklarla gün be gün perçinliyor deneyimlerini. Meslekte yükselmek uğruna en dayanılmaz şeflere bile katlanıyor, korkudan restoranın etrafını üç kez turlayacak kadar üstelik. Fransa, Amerika, Asya, Dubai derken şeflik mertebesi uğruna pek çok şehir ve ülkeyi geride bırakıyor ardı ardına.
Ve birgün Türk mutfaklarıyla buluşuyor, Fransız şef... İstanbul ile ilk kez yollarının 2004 yılında Çırağan Palace Kempinski mutfağı ile kesiştiğini anlatan Canelle, son beş yıldır İstanbul'un niş mekanlarından Sunset Grill & Bar'ın mutfağını yönetiyor.

"Türkiye'de sadece Barış için çalışırım"

Sunset'in Fabrice Canelle için değeri paha biçilmez. O kadar ki, "Türkiye'de ben sadece Barış için çalışırım" demekten çekinmiyor, Canelle. İşletmelerde güven duygusunun kendisi için birinci kriter olduğunun altını çizen Fransız şef, "İnsanlar Türkiye'de sözlerini tutmuyorlar. Kaliteyi devam ettiremiyorlar. Ben Barış Tansever'e çok fazla güveniyorum. Onunla bağımız ve dokularımız uyuştu." diyor ve

ekliyor: "Biz Sunset olarak Türkiye'nin en iyisiyiz ve olmaya da devam ediyoruz. Bir sürü yer kapandı ama biz halen yukarı doğru çıkmaya devam ediyoruz. Barış çok açık fikirli biri. Ben aynı zamanda burada yaratıcılığımı da kullanma imkanı buluyorum. Bu da benim için önemli bir kriter tabii."

"İyi bir şef olmak için normal olmamak lazım"

Fabrice'e göre iyi bir şef olmak için çok da normal olmamak gerekiyor. Baskı altındaki mutfağın doğası gereği uçuk hareket ve söylemleri kaldırma ve kabul edebilme potansiyelinin yüksek olduğunu söyleyen Canelle, "New York'ta filan da öyledir, küfürler edilir, tabaklar havaya fırlatılır, çok da doğaldır bunlar. Çünkü mutfakta çok fazla baskı var" diyor.
Bu arada ben de bu ifadelerden şu sonuca varıyorum ki, usta şef her ne kadar Sunset mutfağında bu yönünü çok da fazla ön plana çıkaramasa da o tabakları an be an kafasında uçuşturuyor.

Ailesine yemek pişirmeden evden çıkmıyor

İyi bir şef olmanın gereği onu bir yaşam tarzı olarak an be an içselleştirmekse eğer, Sunset Grill & Bar'ın Fransız şefi Fabrice Canelle bunu layıkıyla başarabilenlerden





bence. Bir şef düşünün ki, her yeni günün sabahında henüz profesyonel mutfağına adım atmamışken önce ailesi için kendi evinde yemek pişirmeyi "aşkla" görev edinsin... Upuzun saatler boyunca günde belki de yüzlerce tabağa sabır ve emekle lezzet kondurmak mı bu sönmeyen ateşin koru yoksa onu büyük bir heves ve tutkuyla hayatın her anına aynı emek ve sevgiyle kondurmak mı? İşte işin en can alıcı noktalarından bir tanesi de bu bence. Belli ki Fabrice Canelle'i yıldızlı restoranların mutfaklarına taşıyan şansı ve gücü de bu küçük ama ömre bedel iş ve mutfak sevdası olmuş...

"Türkiye'deki şefleri sınıflandıracak kaliteli yemek eleştirmenleri yok"

Fabrice Canelle kendini "işine adayan bir şef" olarak tanımlıyor. O anlattığına göre iyi bir öğretmen de... Öyle ki İstanbul'a geldiğinde çalışma prensiplerince pek çok şeyi yordamınca değiştirmiş. Tabii bu dönem onun için zorlu geçmemiş de değil. 17 yılını Amerikan mutfaklarında geçirdiğini anlatan Canelle için Türkiye'de şef olmanın bedelleri çok daha ağır olmuş. Türkiye'nin yüzde 50'sinin bir şeyler yediğini ama ne yediklerinin farkında olmadığını dile getiren Fransız şef, Türk insanının yeni şeylere ilgi duymadıkları eleştirisini de getiriyor.
Fabrice Canelle Türkiye'de yeme içme bilinçsizliğinin basın medya çalışanları tarafında da benzer şekilde baş gösterdiğini anlatarak, "Avrupa ve Amerika'da yorumlar çok önemlidir. Örneğin San Francisco Chronicle'da yazan bir yemek eleştirmeni sizi çok iyi bir şef de yapabilir, batırabilir de. Burada böyle alışkanlıklar yok. Dolayısıyla şefler kendilerini gösteremiyorlar." diyor.
Türkiye'de ciddi ve kaliteli yazarların olmaması sebebi ile şef ve mekanların da sağlıklı sınıflandırılamadığını dile getiren Canelle'e bu noktada kendini sınıflandırabileceği diğer kriterlerini soruyorum.
Mutfakta yaratıcılık ve özgürlüğün önemli olduğunu belirten deneyimli şef, "Ne kadar yaratıcı olmanıza özgürlük tanıyorlar bu da önemli bir şey. Türkiye biraz daha kapalı ve muhafazakar yapıda. Massimo Bottura bir restoran açtı ve kapandı. Hakkasan geldi, kapandı. Spice Market kapandı. Çok büyük şefler geldi ama kapatmak zorunda kaldılar, çünkü kendilerini gösteremiyorlar. Türkiye'deki zorluk bu. Umarım birgün değişecek." şeklinde



Asya, Akdeniz, dünya mutfağı karması içinde 24 yıllık Sunset klasiklerinin de mekanın popülerliğini koruyan lezzetleri arasında olduğunu söyleyen şefin tavsiyesi; klasiklerden "Siyah Morina Balığı", "Pekin Ördeği" ve "Sashimi".

yorumlarını sürdürüyor ama Türkiye'den de yabancı damat statüsünden dolayı da vazgeçemediğini ekleyerek, "2000'den beri buradayım, eşim de Türk. Belki ailem olmasaydı burada olmazdım ama Türkiye'yi de seviyorum tabii."

"Başarmaktan daha yüksek başaramama şansım var bu ülkede"

Deneyimli şefe Türkiye'de gastronomi sektörünün gelişimiyle ilgili düşüncelerini de soruyorum. Türkiye'de iyi şeflerin yetişmeye başladığını ancak Türk insanının açık görüşlü olmamasının ülkenin uluslararası boyutta ilerlemesine ciddi bir engel olduğunu belirten profesyonel şef, "Türkler yurt dışında yediklerini beğeniyorlar ama buraya geldiklerinde beğenmiyorlar. Oysa burada da güzel şeyler yapılıyor. Türkiye'de yeme içme işine daha ciddi bakılırsa ortaya daha güzel işler çıkar, daha farklı konseptlere açık olunur. Eğer ben burada yeni bir konsept yaratır ve kendi yemeğimi yaparsam biliyorum ki başarısız olacağım. Başarmaktan daha yüksek başaramama şansım var bu ülkede." diyor.



Mikla Restaurant'ın kurucu şefi Mehmet Gürs'ten bir örnek vererek sözlerini devam ettiren Canelle, "Mikla'yı uzun zamandır biliyorum.
Turistlerin çok sık geldiği bir yer. Ama turistler bitince restoran zorluk yaşadı. Çok güzel bir restoran olmasına rağmen yerli insanlar gitmiyorlar, desteklemek lazım, desteklemeyince o zaman yeterli bir iş de olmuyor" diyor.



“Rahat ve eğlenceli işlere yatırım yapmak istiyorum”

Son olarak Fabrice Canelle’e ileriye dönük hayallerini soruyorum. Bundan sonra daha rahat ve eğlenceli işler yapmak istediğini söyleyen Fransız şef, “Öyle bir konsept oluşturacağım ki birçok yerde devam ettirebileyim. Yeni bir restoran açmak yeni bir konsept yaramaktan bahsediyorum. Londra olur, Dubai olur, Hong Kong olur. Ama Türkiye’ye şahsen para yatırmayı istemiyorum, para yatırma konusunda endişelerim var. Çünkü burada farklı bir şey yapmak çok riskli.” diyor.



“İkinci evim” olarak nitelediği mutfakta yaratıcılığı ön planda tuttuğunu söyleyen Canelle için tabak, görsellik, renk ve doku uyumu sunumun olmazsa olmazlarından. Fransız şef en çok eğlenceli yemekleri seviyor. İyi bir balık mesela ya da kızarmış bir patates onun için basit ve eğlenceli olduğu kadar şık bir seçenek de, etkileyici bir sunumla elbette.



Uluslararası İstanbul Çay Festivali, 5-6 Mayıs'ta gerçekleşecek

İlk kez geçtiğimiz yıl düzenlenen Uluslararası İstanbul Çay Festivali, "Beraber çay içer miyiz?" diyerek 5-6 Mayıs'ta Bilgi Üniversitesi Santral İstanbul'da gerçekleştirilecek.

Geçtiğimiz yıl nisan ayında tarihi Haydarpaşa Garı'nda yapılan ve binlerce kişinin katıldığı Uluslararası İstanbul Çay Festivali, 2018'de yenilenen yüzüyle ve yeni mekânında çay severlerin karşısına çıkacak. 2017'de olduğu gibi bu yıl da Marmara Babil tarafından organize edilen etkinlik bu kez International Istanbul Tea Festival (Uluslararası İstanbul Çay Festivali) adıyla İstanbul Bilgi Üniversitesi Santral İstanbul'a taşınıyor. Dünyanın farklı çaylarını İstanbul'da buluşturacak olan festival, çayın güzelliklerini keşfetmek isteyenlere yine dolu dolu bir program sunmaya hazırlanıyor.

Çay kültürü üzerine her şey bu festivalde!

Festival bu yıl yeni mekânı olan Bilgi Üniversitesi Santral İstanbul'da, 5-6 Mayıs 2018 tarihlerinde gerçekleştirilecek. Türkiye'nin en sevilen içeceği olan



çayın hayatımıza ve kültürümüze kattığı zenginliklerin gözler önüne sericeği festival, çay severleri keyifli bir lezzet yolculuğuna çıkaracak. Siyah çaylardan, yeşil çaylara ve bitki çaylarına kadar dünyanın dört bir yanından sayısız çay çeşidi festivalde severleriyle buluşacak.

Çay kültürü üzerine iki gün boyunca benzersiz bir deneyim sunacak olan festivalde ayrıca uzmanlarla workshoplar ve söyleşiler, yazarlarla çay sohbetleri, birbirinden renkli atölyeler ve keyifli konserler gerçekleşecek.

Katılımcılar, farklı çaylarla tanışıp tadımlayabilecekleri gibi, doğru çay demleme tekniklerini de öğrenebilecek ve yepyeni deneyimler yaşayabilecekler. Çayın bir lezzet kaynağı olmakla birlikte faydaları ve sağlığa olan katkıları da festivalin odaklandığı konular arasında yer alacak.







Çin Gastronomi Festivali'nde iki ülkenin master şefleri buluştu

Çin Gastronomi Kültür Festivali kapsamında düzenlenecek olan etkinlikler için Çin'in dünyaca ünlü master şefleri Türkiye'ye geldi. Festival kapsamında Çinli şefler Türk meslektaşlarıyla buluşarak atölye çalışması gerçekleştirdi.

Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti, Çin Büyükelçiliği, Çin Kültür Bakanlığı, Çin Mutfak Birliği ve üniversite bazında Başkent Üniversitesi Türk Mutfak Kültürü Araştırma ve Uygulama Merkezi-Thermopolium Gastronomi Akademisi iş birliğiyle 2018 "Çin Yeni Yılı" kapsamında düzenlenecek olan Çin Gastronomi Kültür Festivali, 1-10 Şubat tarihlerinde gerçekleştiriliyor. İpek Yolu Ekonomik Kuşağı inisiyatifi çerçevesinde Çin ile Türkiye'nin dostluğunu pekiştirmek, Çin yemek bilimi ve kültürünü tanıtmak üzere gerçekleştirilen festival kapsamında ülkenin dünyaca ünlü master şefleri, Türk meslektaşlarıyla bir araya geldi. Festivalde Türkiye'den Master Şef Deniz Orhun'un eşlik ettiği Çin'in yemek uzmanları, Türkiye halkı için otantik ve lezzetli Çin yemekleri sundu. Ayrıca etkinlikte, Türk şefleriyle Çin mutfak tekniklerini ve kültürünü paylaştı. Çinli şefler, Çin halkının konukseverliğini Türkiye'de yaşatarak, iki halkın dostluğunu pekiştirdi.

Master şeflerin büyük buluşması

Çin Gastronomi Federasyonu Başkan Yardımcısı Bian Jiang, Çin yeni yılının ilk gününde böyle bir etkinliğin yapılmasından memnuniyet duyduğunu dile getirerek, "Bugün Çin yeni yılının ilk günü o nedenle bu etkinlik son derece önemli. Türkiye ve Çin, İpek Yolu'nun batı ve doğu ucunda bulunan iki önemli medeniyet merkezi. Bugün burada Türk ve Çinli aşçıların bir araya gelmesi ve birlikte yemekleri tatmaları son derece anlamlı." dedi.

Çinli şeflere eşlik eden TGA'nın Master Şefi Deniz Orhun, "Yediklerimiz davranışlarımız olur, Türk mutfağı bir mutfak imparatorluğu aynı şekilde Çin mutfağı da çok köklü bir mutfak. Çin kültüründe kullandıkları sağlıklı pişirme tekniklerini tanımak, yemeklerini ve ortak lezzetlerimizi çıkarmak, fikir ve metot alışverişi yapmak için ve en önemlisi Gastronomi Turizmi ve gıda malzemeleri ticareti açısından bu tür organizasyon ve buluşmaların faydalı olacağını düşünüyorum. Aksi bilinse de Çin Mutfağı ana teknik ve sunum ile Türk Mutfak imparatorluğumuza çok yakın bir mutfak sanatına sahip" dedi.





‘Gastronomiye Gönül Verenler’ bu renkli davette buluştu!

Kuruluşunun birinci yılında gastronomiye gönül verenleri Eski Turizm Bakanı Bülent Akarcalı’nın köşkünde ağırlayan Gastronomi Turizmi Derneği, Gaziantep mutfağının eşsiz tatlarıyla taçlandırdığı lezzetli ve keyifli geceyi Den Den Yatçılık’a ait lüks bir teknede Boğaz’ın renkli ışıkları altında sonlandırdı...

Fotoğraflar: Ümit Başer Alkaç

Kuruluşu henüz bir yılı yeni doldurmasına rağmen, gastronomi turizmi alanındaki sivil örgütlenme açığını kısa sürede kapatmasının yanı sıra, alanında hemen her gün yaptığı ulusal ve uluslararası çalışma ile bir dernekten çok daha fazlasını başaran Gastronomi Turizmi Derneği, 16 Ocak Salı akşamı 'Gastronomiye Gönül Verenler Gecesi'nde, gastronomi ve Gurme turizmi duayenlerini bir araya getirdi.

Duayenleri ağırladı

Eski Turizm Bakanı Bülent Akarcalı'nın Baltalimanın'daki köşkünde gerçekleştirilen geceye, Kongre Turizmi Uzmanı Volkan Ataman, İnoksan Mutfak Yönetim Kurulu







Başkanı Vehbi Varlık, Belediyeler Birliği Genel Başkanı Mehmet Duman, Karaköy Güllüoğlu sahibi Nadir Güllü, Kars kaşarını dünya markası yapan İlhan Koçulu, Türkiye Aşçılar ve Şefler Federasyonu Başkanı Yalçın Manav, Güler Osmanlı Mutfağı CEO'su ve Şerbet Profesörü Ali Güler, TÜRSAB Asya BYK Başkanı Ali Bilir, TURES Anadolu Yakası Başkanı Mehmet Temel, Shopingfest Genel Müdürü Hicran Özbük, Feriye Palace Şefi Aydın Demir, Portex sahibi Lütfi Sapmaz, Qubbe ve Lifepark sahibi Erdem İpekçi, Haliç Üniversitesi temsilcisi Nur Undey, Diversey CEO'su Gökhan Özdöl, Vino Desera ve Deik Nepal İş Konseyi Başkanı Çiğdem Penn, Uluslararası Mutfak Sanatçıları ve Gurmeler Birliği Türkiye Masası Yönetim Kurulu Onursal Üyesi ve Dünya Yöresel Lezzetleri Tanıtma Platformu Başkanvekili Boğaç Yüzgül, Dünya Yöresel Lezzetleri Tanıtma Platformu Yönetim Kurulu Üyesi Dr. Birol Önderin, Tüm Lezzet Gönüllüleri Birliği Yönetim Kurulu Üyeleri Engin Bayram'ın da aralarında yer aldığı çok sayıda seçkin şef, gurme, gastronomi uzmanı ve turizmci katıldı.

Eski Turizm Bakanı ve İl Kültür Turizm Müdürü'nden tam destek

Gecede davete ev sahipliği yaparak gastronomi turizmine ve derneğe verdiği destekleri sürdüren Eski Turizm Bakanı Bülent Akarcalı'nın yanı sıra, yaklaşık dört ay önce kurucu başkanlığını üstlendiği İstanbul Kültür Elçileri Derneği (İSKED) ile İstanbul'a hizmetlerini durmaksızın devam ettiren Eski İstanbul İl Kültür ve Turizm Bakanı Nedret Apaydın da gastronomiye gönül verenler arasındaki yerini aldı.

Gaziantep Mutfağı lezzete doyurdu

Kayla Mutfak Sanatları şef ve öğrencilerinin hazırladığı ve her biri birbirinden lezzetli Gaziantep Mutfağı'na ait onlarca yiyeceğin katılımcıların beğenisine sunulduğu gecede, birçok gastronomi uzmanına ödül mahiyetinde plaketler de takdim edildi.

Önce köşkte sonra Boğaz'da...

Gece, DEN DEN Yatçılık'a ait lüks bir yatta düzenlenen Boğaz turu ile devam etti. Gecede Sanatçı Nil Ünal güzel sesiyle konuklara eğlenceli dakikalar yaşatırken, Bülent Akarcalı ise hatırlarını paylaştığı konuşmasıyla davetlilerce merak ve ilgiyle dinlendi.













Sektör, 2018'in gastronomi trendlerini Le Cordon Bleu'nün ünlü mezun şeflerinden dinledi

Le Cordon Bleu'nün ünlü mezun şefleri 2018 yılının gastronomi trendlerini Fransa Sarayı'nın görkemli atmosferinde sektörle paylaştı. Lezzet dünyasına ilham veren geleneksel buluşmada davetliler ünlü şeflerin trendlere ilişkin yorum ve değerlendirmelerini dinlerken bir taraftan da unutulmaz tatlarla gastronomik bir yolculuğa çıktılar...

Dünyanın en prestijli mutfak sanatları okulu Le Cordon Bleu ile Özyeğin Üniversitesi iş birliğinde "Gastronomi Trendleri Buluşması 2018" Le Cordon Bleu mezunu ünlü şefler ve kanaat önderleri ile 18 Ocak Perşembe günü Fransa Sarayı'nın büyülü atmosferinde gerçekleşti.

Değişen zevkler ve tatlar ile beraber en dinamik sektörlerden biri olan yeme-içme sektörü de yeni bir sene ile kendini güncelliyor, trendler yaratıyor ve dinamiklerini değiştiriyor. Le Cordon Bleu 'nün ulusal ve uluslararası mezun şefleri ve Eğitmen Şefleri'nin trendleri belirlediği Gastronomi Trendleri 2018 Buluşması'nın açılış konuşmasını Le Cordon Bleu Türkiye Direktörü Defne Ertan Tüysüzoğlu yaptı ve 2017 yılının gastronomik olarak başarılarla dolu olduğuna değinerek, 2018'e hep birlikte ilham verici bir giriş yapmak adına bu etkinlikle şefleri, kanaat önderlerini ve gastronomi tutkunlarını bir araya getirdiklerini söyledi.

Gastronomi sektöründeki yenilikleri mercek altına aldı

Fransa Sarayı'nda ikincisi gerçekleşen Gastronomi Trendleri Buluşması gastronomi sektöründeki yenilikleri mercek altına aldı. Le Cordon Bleu Yönetici Eğitmen Şefi Erich Ruppen, Nicole'un sahibi ve Executive Şefi Aylin Yazıcıoğlu, The Marmara Collection





Taksim ve Esma Sultan Yalısı Executive Şefi Tolga Özkaya, Sour&Sweet Artisan Bakery kurucusu Ali İhsan Pirgan, Minimosini Patisserie sahibi Barış Çelenay, Influencer Selin Ekim, Fairmont Quasar İstanbul Aila'nın Şefi Umut Karakuş; Farago, French Paradox; Duck and Champagne, Candelma gibi restoranların kurucu ortağı Şef Pierre Dutaret ve Paris'teki Zaoka Restoran'ın kurucu Şefi Christina Huang 'ın katılımıyla yapılan buluşmada Le Cordon Bleu şefleri ve mezunları trendleri ve sektörün yönelimini paylaşıp değerlendirdi.

Yıldız şefler gastronomi trendlerini değerlendirdi

Etkinliğe ev sahipliği yapan Fransa Başkonsolosu Bertrand Buchwalter diplomaside gastronominin önemini vurguladı. Ardından söz alan Şef Erich Ruppen, yaşam stillerinin trendleri nasıl etkilediğine değindi. Konuşmacılardan Aylin Yazıcıoğlu; 21. yüzyıl kontrolsüz tüketim alışkanlığına karşı alınabilecek önlemlerin üzerinde dururken, Umut Karakuş kurmuş olduğu baharat kütüphanesini, Tolga Özkaya ise son zamanlarda gittikçe popülerleşen parti yiyeceklerindeki rafinasyon ve görsel sunumlarda değişiklikleri ve 2018 trendlerinin catering ve otellerde nasıl işleneceğinin altını çizdi. Gastronomi ve seyahati bir çatı altında buluşturan Selin Ekim, yükselen gastronomi turizmi ve gastro seyahat noktalarına değindi. Unsuz ve yağsız ürünlerin tercih edilmesi üzerinde duran Ali İhsan Pirgan, ilerleyen zamanlarda hayatımızda daha büyük bir yere sahip olacaklarını belirtti. Barış Çelenay ise sağlıklı beslenmeye gösterilen önem nedeniyle küçülen porsiyonlardan bahsetti. Asya mutfağının yükselişi üzerine konuşan Paris Le Cordon Bleu mezunu Pierre Dutaret 2018'de ağırlama sektörünün gerekliliklerini belirterek, konuklara ileriye dönük ipuçlarını iletti. Paris Le Cordon Bleu mezunu olan ve Paris'te Tayvan Mutfağı'nın resmi gastronomi elçisi olarak ülkesini de temsil eden Tayvan-Fransız füzyon restoranı Zaoka'nın kurucu-şefi Christina Huang; gastronominin gün geçtikçe daha fazla ülkede ARGE çalışmalarına konu olduğunu, hybrid tatların gelişimini ve atıkların ön plana çıktığını belirterek dünyadaki gastronomi trendlerini katılımcılarla paylaştı.



Aila İstanbul Şefi Umut Karakuş



Le Cordon Bleu önderliğinde düzenlenen ilham verici geleneksel buluşmalar önümüzdeki senelerde de devam edecek.


Le Cordon Bleu Türkiye Direktörü Defne Ertan Tüysüzoğlu









Gastronomi Turizmi Derneği'nden üç yeni proje geliyor!



Dünyada Yeni Trend Gastronomi Turizmi" konulu panel 22. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm ve Seyahat Fuarı'nın (EMITT) kapsamında TÜYAP Kongre Merkezi'nde gerçekleştirildi. Gastronomi Turizmi Derneği koordinasyonunda Türkiye ve dünya gastronomisinin geniş kapsamlı masaya yatırıldığı panele Eski Turizm Bakanı Bülent Akarcalı, Türkiye Otelciler Federasyonu Genel Koordinatörü Necip Boz, Karaköy Güllüoğlu Yönetim Kurulu Başkanı Nadir Güllü, Feriye Restaurant Şefi Aydın Demir ve Habertürk Genel Müdür Yardımcısı Erkan Ataman konuşmacı olarak katıldı.

Gürkan Boztepe: "Dünya Yoğurt Kongresi yapacağız"

3. Turizm Şurası'nda gastronomi turizminin bir turizm çeşidi olarak kabul görmesinin sektörün gelişimi açısından önemli bir adım olduğunun altını çizen Gürkan Boztepe panelde derneğin 2018 projeleri hakkında bilgiler paylaştı. GTD olarak bu yılın en önemli projelerinden birinin "Dünya Yoğurt Kongresi" olduğunu belirten Boztepe, dünyanın en önemli doktorlarını İstanbul'a getirerek hem kongre firmalarına hem de kongre turizmine değer katacaklarını söyledi.

"Avrupa'ya gastronomi tırı çıkartacağız"

Başkan Boztepe, panelde bu yıl Avrupa'ya bir gastronomi tırı çıkarmaya hazırlandıklarının da müjdesini verdi. "Türkiye'nin en değerli ürünlerini Avrupa'nın gözüne sokacağız" diyen Boztepe, "Michelin yıldızlı restoranlar bizim için kıymetli olsa bile ben diyorum ki benim ürünlerim daha kıymetli. Biz bunu yeterince anlatamadığımız ölçüde zayıf kalıyoruz. Önce dünyaya kendi ürünlerimizi tanıtmalıyız. Türkiye'de çok değerli şeflerimiz var ve onları hak ettikleri gibi markalaştırmalıyız." dedi.

"100 dönüm ormanı 49 yıllığına kiraladık, gastronomi köyü kuruyoruz"

Gürkan Boztepe, derneğin "gastronomi köyü" kurmak için bir çalışma başlattığını da belirterek, "100 dönüm ormanı 49 yıllığına kiraladık, gastronomi köyü yapıyoruz. Bu sayede artık turistini gastronomi köyüne getir diyebileceğiz. Ormanın işletmesi bizde olacak." şeklinde sözlerini tamamladı.

Panel konuşmacıları ise sırasıyla şu konulara değindi:

Bülent Akarcalı: "Müteşebbisin önünü açmak lazım"

Panelin açılış konuşmasını yapan Eski Turizm Bakanı Bülent Akarcalı Türkiye'de gastronominin 15-20 yıl önce başladığını ve geçen sürede önemli mesafeler kat edildiğini belirterek, "Biz bu işe mecburen başladık. Neden? Türkiye'de toplumumuzda dışarıda yemek yeme adeti doğru dürüst 90'larda başladı. 90'lardan sonra dışarıda yemek yemeye başladık. Dolayısıyla bizim gastronomiye başlamamız 15-20 senelik bir mevzu ve bu sürede büyük mesafe kat ettik. Fransa'dan bir örnek vereyim, sorbe dediğiniz şey aslında Osmanlı'dan Fransız yemek kültürüne girmiş bir tattır. Kadim tarihten kaynaklanan çok köklü bir yiyecek kültürü var" dedi.
Sektörün gelişmesi ve ilerlemesi için devletten destek ve teşvik beklemenin doğru bir yaklaşım olmayacağının altını çizen Akarcalı, "Asıl olarak müteşebbisin önünü açmak lazım. Çünkü en büyük tehlike devlet, belediyeler ve ibrikçi başıdır. Türk yemek kültürüne sahip çıkmamız gerek. Benim doğru yolda olduğumuza inancım sonsuz" diye konuştu.

Nadir Güllü: "Gastronominin gelişmesinde pazarlama önemli"

Programda konuşan Karaköy Güllüoğlu Yönetim Kurulu Başkanı Nadir Güllü, "Ben hem işletmeci hem ustayım, ustalığımla övünüyorum. Gastronomi turizmi nedir dersek, eğer ki kim kimden güzel yapıyorsa, kim kimi konuşuyorsa, o demek. Eğer ustalarınız işini iyi yapıyorsa zaten gelip bizi buluyorlar. İşimizi edebiyle doğru yaparsak Türk mutfağı ayağa kalkıyor. Ben inanıyorum ki gönül dostları arttıkça bizim meslekler daha çok tanınacak" dedi.

Aydın Demir: "Kendi yemek kültürünü tanımayan şef mutfağını da anlatamaz"

Paneldeki bir diğer konuşmacı, Feriye Restaurant Şefi Aydın Demir'di. Bugüne kadar dünyanın 21 farklı ülkesine seyahat ettiğini anlatan Demir, "Şunu gördüm ki biz Türkler kendi mutfağımıza yeterince değer vermiyoruz. Ama son 5-10 yılda farkındalık oluşmaya başladı. Önce kendi kültürümüzü bileceğiz ve değer vereceğiz. Çünkü kendi yemek kültürünü bilmeyen bir şef mutfağını da yeterince anlatamaz. Dünyada saygı duymak istiyorsak önce kendi mutfağımızı öğrenmeliyiz. Yerel ürünlerimizi daha çok kullanmalı, kendi kültürümüzdeki esnaf mutfaklarını çoğaltmalıyız. Özellikle yemek gastronomi konulu festivallerde akılda kalacak birkaç ürüne odaklanmak da önemli" dedi.



Gıda Güvenliği Kongresi'nin 6.'sı 3 - 4 Mayıs tarihlerinde gerçekleşecek

Gıda Güvenliği Derneği tarafından düzenlenerek, ülkemizden ve dünyadan gıda sektörünün paydaşlarını ve uzmanlarını bir araya getiren Gıda Güvenliği Kongresi'nin 6.'sı 3 - 4 Mayıs 2018 tarihlerinde İstanbul Grand Cevahir Hotel Kongre Merkezi'nde gerçekleştirilecek.

Gıda Güvenliği Derneği tarafından 2009 yılından bu yana düzenlenerek, ülkemizden ve dünyadan gıda sektörünün tüm paydaşlarını ve uzmanlarını bir araya getiren Gıda Güvenliği Kongresi'nin 6.'sı 3 - 4 Mayıs 2018 tarihlerinde geniş bir katılımla İstanbul Grand Cevahir Hotel Kongre Merkezi'nde gerçekleştirilecek. Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı ve Uluslararası Gıda Koruma Birliği - IAFP'ın yanı sıra 9 paydaş ve 19 destekleyen kurumun yer aldığı, 6. Gıda Güvenliği Kongresi'nde bir çok ulusal ve uluslararası uzman konuşmacı sunum yapacak.

Bu kez tarım ve gıda yazarları konuşuyor

Yarı tematik olarak gerçekleştirilen kongrede her yıl oturumların bir kısmının başlığı önceden belirleniyor. Bu kez "Tarım ve Gıda Yazarları Konuşuyor: Gıda Güvenliğinde Doğru Bilgiye Ulaşımda Basının Sorumluluğu", "Gıda Güvenliğinde Yenilikler", "Bir Sosyal Sorumluluk Örneği: Güvenilir Eller", "Gıda Güvenliği ve Sağlık İlişkisi", "İklim Değişikliği ve Gıda Güvenliği" ile "Farklı Yönleriyle İşlenmiş Gıdalar Forumu" oturumları tematik olarak düzenleniyor.

Ülkemizde ve bölgemizde ana teması sadece gıda güvenliği olan tek kongre olma özelliği taşıyan ve katılımcıların http://www.gidaguvenligikongresi.org linkinden kayıtlarını gerçekleştirebildikleri Gıda Güvenliği Kongresi, sektör, kamu kurumları, üniversiteler, meslek kuruluşları, uluslararası uzmanlar ile sivil toplum kuruluşlarını bir araya getirerek gıda güvenliği konusunda bilgilerin paylaşıldığı, yeni sentezlere ulaşıldığı ve bu birikimin pratiğe aktarılabildiği en güvenilir platform olma misyonunu da taşıyor.

Saner: "Sektörün her alanından daha geniş bir katılım bekliyoruz"

Gıda güvenliğinin tüketicinin korunması, sektör ve ülke ekonomisinin gelişmesi açısından stratejik öneme sahip olduğuna dikkat çeken Gıda Güvenliği Derneği Başkanı Samim Saner, taşıdıkları misyonun önemi ve değerinin hakkını vermeye çalıştıklarını belirterek,"6. Gıda Güvenliği Kongresi kapsamında sektörden iyi uygulamalar, yurt dışında ve yurt içinde ortaya çıkan yeni konular, fırsatlar, tehlikeler ve yeni gıda güvenliği teknolojileri hakkında vizyonumuzu açacak çok doyurucu sunumların yapılacağı özel bir kongre düzenliyoruz." diyerek, sektörün her alanından daha geniş bir katılım beklediklerini söyledi.


Gıda Güvenliği Derneği Başkanı Samim Saner



TURYİD **Global Gastroekonomi Zirvesi'nde** dünya markalarını İstanbul'a getirecek



Gastronomi konusunda dünya markası olan ülkelerin temsilcileri TURYİD koordinasyonunda, 29 Mart'ta İstanbul'da Global Gastroekonomi Zirvesi'nde bir araya gelecek.

Günümüzde ekonomik kaynakları ve üretimleri yetersiz ülkeler bile kültüre dayalı sektörleriyle markalı küresel kentler yaratarak ve istihdam artırarak büyüyorlar. Bu yüzden tasarımdan mimariye, televizyon dizilerinden dijital oyunlara, müzelerden festivallere, el sanatlarından mutfak ve gastronomiye uzanan sektörler artık ekonominin yaratıcı endüstrileri olarak tanımlanıyorlar. Türkiye Restoran Yatırımcıları ve İşletmecileri Derneği TURYİD; gastronominin Türkiye'de de yaratıcı endüstrilerden biri olarak algılanması ve ülke ekonomisini büyüten, kaynak yaratan bir endüstri olarak kabullenilmesi için GLOBAL GASTROEKONOMİ ZİRVESİ adıyla çok önemli bir konferans düzenliyor.

Lütfi Kırdar Kongre Merkezi'nde yapılacak

Lütfi Kırdar Kongre Merkezi'nde 29 Mart'ta yapılacak zirvenin açış konuşmasını UNCTAD (Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı) Genel Sekreteri Mukhisa Kituyi yapacak. Aralarında gastronominin de yer aldığı kültüre dayalı sektörler için "yaratıcı endüstriler" kavramı ilk kez UNCTAD tarafından gündeme getirilmişti. Genel sekreterin açış konuşmasında örgütün bu konudaki görüş ve yaklaşımlarını anlatması bekleniyor. Zirvede son yıllarda dünya gastronomi haritasına yerleşen ya da yerini güçlendiren ülkeler; Peru, Danimarka, Güney Kore, İngiltere, Amerika, İspanya'nın bu başarıya ulaşırken yaşadığı süreç ve devlet politikaları, tarım, ekonomi, turizm arasındaki görünmeyen iş birliği gibi konular, gastronomi alanında ülkeleri öne taşıyan toplumsal başarı hikayeleri; bu başarılarda payı olan, ya da bu amaçla kurulmuş yapılarda yöneticilik yapan kişilerin sunumlarında yer alacak.

Türkiye'de gastronomiye bakışın değişmesi amaçlanıyor

İngiltere'de yerleşik Cultura Danışmanlık şirketince konsepti belirlenen zirvenin amacı, Türkiye'de gastronomiye bakışın değişmesi ve bu kavramın ev dışı yeme içme dünyasının tarladan sofraya yarattığı istihdam, üretimin kalitesine katkısı, turizm de dahil olmak üzere gıda bağlantılı her alandaki dönüştürücü etkisiyle algılanması ve yaratıcı endüstri olarak benimsenmesi. TURYİD, gastronomiyi ekonomik kalkınmanın en yeni kaldıracı olarak görüyor ve Türkiye'nin gündemine Gastroekonomi zirvesiyle taşıyarak büyüme politikaları arasında sayılmasını istiyor. Buna gerekçe olarak da gastronominin hem iç hem de dış turizmin katma değeri yükselerek çeşitlenmesini, ülke mutfakları ve gıda ürünlerinin katma değeri yüksek ihraç ürünlerine dönüşmesini, şehirlerin markalaşmasını ve gastrodiplomasi olanaklarını sağladığını söylüyor.



Kış aylarında nasıl beslenilmeli?

Türkiye Hastanesi / Beslenme ve Diyet Uzmanı

Esra Kurt Mutlu

Kış mevsiminin gelmesiyle soğumaya başlayan havalar beraberinde, dirençsiz bağışıklık sistemi ve bozulan beslenme düzenini de beraberinde getirmektedir. Mevsim değişikliklerine çok çabuk adapte olamayan vücudumuzu bu dönemlerde beslemeyi ihmal etmeyerek, hastalık ve halsizliklerden korunabilmesini sağlamamız gerekir.

Kışın gelmesiyle vücudumuzda neler eksilir?

Güneş ışınlarının hissedilmesinin azaldığı bu mevsimlerde, D vitaminin de en büyük kaynağı olan güneşten yararlanmamız oldukça azalmaktadır. D vitamini vücudumuz için oldukça değerli ve aynı zamanda kilo verme sürecinde de eksikliğinde sorun oluşturan, vücudumuzu inatçı kılan bir etkendir.

Balık

Her yaş grubunun haftada en az iki kez tüketmesi gereken balık sağlığımız için oldukça büyük öneme sahiptir. İçerdiği EPA ve DHA yağ asitleri; bizi kalp damar hastalıkları, bağışıklığımızı güçlendirme ve kanserden koruma konusunda yardımcı olan yararlı yağ asitleridir. Yine güneşin etkisini kaybetmesiyle ihtiyacımız olan D vitaminin eksikliğinin giderilmesinde bize yardımcı olacak kaliteli bir D vitamini kaynağıdır.

Bağışıklık sistemini güçlendirmek için A ve C vitamini

Soğumaya başlayan havalar ile birlikte bağışıklık sistemimiz de oldukça zayıflamaktadır. Bağışıklık sisteminin güçlü kalabilmesi için vücudumuzun A ve C vitaminine ihtiyacı vardır. Bağışıklığımızın güçlenmesi de soğuk algınlığı, ateşli hastalıklar ve zehirlenmelerde vücut direncini arttırmakta ve yorgunluk, kolayca kanayan diş etleri ve tırnaklarda yaralanmalar, eklemlerde ağrı, yeterli miktarda A ve C vitamini tüketenlerde daha az rastlanmaktadır.

Kış çorbalarının tam zamanı

Soğuyan havalarda besleyici değeri yüksek olan aynı zamanda içimizi de ısıtacak, uzayan kış gecelerinin inadına mide hacmimizi de doldurarak az kalori almamızı sağlayarak yüzümüzü de güldürecek sıcacık çorbalarımızın soframızda bulunma zamanı gelmiş demektir.
Çok fazla yağ kullanmadan, kremasız olarak tercih ettiğiniz çorbalar ana öğünlerinizin başlangıcı olarak güzel bir besin kaynağı olacaktır.

Uzun kış geceleri için ara öğünler

Kış mevsiminin gelmesiyle uzayan geceler ve içimizi ısıtan ara öğünler sağlığımız için oldukça faydalıdır. Burada dikkat etmemiz gereken en önemli nokta besinlerimiz de porsiyon kontrolü yapabilmektir. Akşam yemeğinden sonra tabi ki sevdiklerimizle birlikte kestane, C vitamini kaynağı olan portakal, mandalina, greyfurt hatta doğru miktarda yediğimiz yağsız patlamış mısır tercih edebilir. Sağlıklı beslenmede esas olan şey doğru saatte ve doğru miktarda bunu ayarlamaktır.

Son ara öğünümüzün saati kaç olmalıdır?

Geceleri yatmadan maksimum 2 saat önce ayarlayacak şekilde son ara öğünümüzü yapıp günlük beslenmemizi sonlandırmamız gerekmektedir. Bu mevsimde sık sık tercih ettiğimiz kestaneyi 3-4 tane orta boy, yağsız olarak patlattığımız mısırı 1 küçük kase, C vitamininden zengin olan ve bağışıklığımız için de oldukça faydalı olan turunçgiller başta olmak üzere bütün tercih ettiğimiz meyveleri 1 avuç miktarında tercih edebiliriz. Belirttiğimiz bu miktarlar besinlerin bir porsiyonluk karşılığıdır.

Ve su!

Havaların soğumasıyla genel olarak su içmeyi unuttuğumuzu fark etmiş olmalıyız. Halbuki oksijenden sonra vücudumuz için en gerekli madde sudur. Genel olarak su içmek yerine soğuyan havalarda çay, kahve tüketimimizin arttığını ve bunların su yerine geçtiğini düşünüyorsak maalesef yanılıyoruz. Kışın sıklıkla tüketmiş olduğumuz bu içeceklerin hiçbiri 'yaşam iksirimiz' olan su yerine geçmemektedir. Eğer vücudumuzun bütün işlevlerini yerine getirmesini istiyorsak her gün mutlaka kg başına 30ml suyumuzu içmeyi unutmayalım.

Egsersiz

Kış aylarında düzenli egzersiz yapanlar ile yapmayanlar karşılaştırıldığından düzenli egzersiz yapanların çok daha az enfeksiyon hastalıklarına yakalandıkları bilimsel olarak kanıtlanmıştır. Egzersiz için baharı veya yazı beklemeye gerek yoktur. Özellikle yaşamın tüm dönemlerinde yaşa ve fiziksel imkanlara uygun egzersizleri az da olsa sürekli ve düzenli yapmak daha kaliteli bir yaşamı daha zarif bir bedende yaşamaya en büyük katkıyı sağlayacaktır. Spor yapmak DNA hastalıklarını önleyerek sadece enfeksiyon hastalıkları değil kanserlerden, diyabet kronik kalp hastalıkları gibi metabolik hastalıklara kadar bir çok hastalıktan korunmada çok etkili olduğu kesin bilinen bir gerçektir.

Özetle;

Kış aylarında su tüketimi başta olmak üzere antioksidan vitamin ve mineral içeren yiyeceklerin tüketilmesi ve Türkiye Besine Dayalı Beslenme Rehberi doğrultusunda günlük bireysel besin ihtiyaçlarının karşılanması ve az da olsa düzenli egzersiz yapılması daha az hastalanmaya dolayısıyla daha güzel bir kış geçirmemizi sağlayacaktır.

Çırağan Sarayı'nda Venedik rüzgârı esiyor

Kempinski grubunun ikonik otellerinden olan Venedik San Clemente Palace Kempinski Otel'in yetenekli şefleri Şubat ayı boyunca dünyaca bilinen Venedik Karnavalı ile eş zamanlı bir yeme içme festivali için Çırağan Palace Kempinski İstanbul'a gelerek enfes İtalyan lezzetlerini misafirlerin beğenisine sunuyor. Laledan Restoran, à la carte öğle ve akşam yemeği servisleri ile İstanbul'da Venedik lezzetlerini deneyimlemenin ayrıcalığı oluyor. Venedik usulü hazırlanan sardalya, geleneksel Venedik kremalı tuzlu morina balığı, dana carpaccio gibi başlangıçlar; %100 inek sütünden yapılan İtalyanlar'ın altı asırlık geleneksel peyniri Asiago'lu balkabağı raviolisi, klasik Venedik makarnaları ve daha birçok sıcak başlangıçlar ve çorbalar; İtalyan tar sunumlarla hazırlanan deniz levreği, kuzu pirzola gibi ana yemekler ve tatlı olarak sunulan klasik bir İtalyan hamurlu tatlısı Cannoli ve Napoli'den bir başka geleneksel lezzet Neapolitan Babâ tatlıları gerçek bir İtalyan ziyafetine davetiye çıkartıyor.





Unilever Food Solutions yeni konseptlerini tanıttı

Yeni sezon öncesinde beklentilerin yüksek olduğu Antalyalı turizmcilere, Unilever Food Solutions yeni çözümlerini ANFAŞ 25. Food Product Fuarında 'özel temalı geceler' şovuyla tanıttı. Yapılan araştırmalar sonucu her şey dahil otellerin, maliyet ve misafir memnuniyeti olarak iki büyük problemle karşı karşıya olduğu sonucuna ulaştıklarını belirten Unilever Food Solutions Pazarlama Direktörü Nihan Kayı, bu iki sorunu çözmek için "Temalı Geceler" ve "Tasty Snacks" konseptlerini geliştirdiklerini belirtti. Aynı zamanda konseptleri uygulamak isteyen otellere uzman ekip ve eğitimlerle de tam destek vereceklerini ekledi.

Ülker Eksper'den 'Mis' gibi salep

Ev dışı tüketim alanında hizmet veren profesyonellere, doğru ürün, doğru fiyat, doğru zamanlama ve üstün hizmet anlayışı ile ulaşmayı hedefleyen Ülker Eksper, salep severlere özel Mis markası altında yeni bir ürün geliştirdi. İçmeye hazır halde satışa çıkarılan Mis Salep, herhangi bir hazırlık yapmadan sadece ısıtılarak tüketilebiliyor. Mis Salep, tat ve koku dengesinin en iyi şekilde sağlanması adına özel olarak geliştirildi. Mis Salep, UHT teknolojisi ile üretildiğinden ambalajı açılmadan oda sıcaklığında saklanabiliyor.





Wish More Hotel Istanbul'da ayva şöleni

Wish More Hotel Istanbul, her ay için özel olarak hazırladığı özenli menülerle misafirlerini ağırlamaya devam ediyor. Şubat ayını ayvalı reçetelere ayıran lüks otel, kış ayının bu vazgeçilmez lezzeti ile damakları şenlendiriyor.

Wish More Hotel Istanbul'un tecrübeli ve yetenekli şefleri tarafından hazırlanan ayva menüsünde portakal ve dereotlu zeytinyağlı ayva, nar ekşisi ile tatlandırılan cevizli ve nar taneli ayva cipsi salatası, manda tereyağı ile servis edilen güveçte kuzu etli ayva kebabı, ayva püresi eşliğinde balsamik soslu piliç külbastı ve Afyon kaymağının eşsiz bir tat kattığı kadayıflı ayva tatlısından oluşan beş farklı lezzet yer alıyor. Zengin menüsü ile lezzet tutkunlarını ağırlayan 5 yıldızlı otelin ayva şöleni, Şubat ayı boyunca devam edecek.

Euro Gıda ihracat ödülüyle şampiyonlar liginde

Global pazarın en yenilikçi şirketlerinden biri olan ve tarımsal gıda ürünlerini en kısa zamanda yenilikçi yaklaşımlarla işleyerek, sağlıklı ambalajlarda dünyadaki birçok farklı damak zevklerine sunan Euro Gıda, 2017 yılındaki ihracat başarısıyla kendi sektörünün en başarılı ihracat yapan firması olarak ödül almaya hak kazandı. İzmir Swissotel'de gerçekleştirilen ve Türkiye İhracatına 2017 yılında 5.5 milyar dolarlık katkı sağlayan 56 üyenin ödüllendirildiği Ege İhracatçı Birlikleri organizasyonu "İhracatın Yıldızları Ödül Töreni"nde ihracatçılara ödüllerini Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekci, Türkiye İhracatçılar Meclisi Başkanı Mehmet Büyükekşi ve Ege İhracatçı Birlikleri Koordinatör Başkanı Sabri Ünlütürk verdi.





GTD, Bursa'nın yöresel tatlarını dünyaya tanıtmak için yapılanıyor!

Marka kentler kapsamında Bursa'da da yapılanmaya başlayan Gastronomi Turizmi Derneği, 5-8 Nisan tarihleri arasında düzenlenecek Gıda ve Sağlıklı Beslenme Fuarı'nda "Bursa'nın yöresel lezzetlerini tüm dünyaya göstermek için etkin bir rol üstlenecek. Konuyla ilgili kısa bir açıklama yapan Gastronomi Turizmi Derneği Başkanı Gürkan Boztepe şunları söyledi: "Gastronomi Turizmi Derneği, Bursa 'Gastronomik Kent' sloganıyla hareket ederek, şehrin yerel lezzetlerini ön plana çıkarma konusunda kapsamlı çalışmalarına başlamıştır. Aralarında Burkon, İnoksan Mutfak, Yavuz İskender ve Yazıcı Otelleri gibi Bursa'nın köklü şirketleriyle işbirlikleri için görüşmelerimizi hızlandırarak faaliyetlerimizi sürdürmekteyiz. Bursa'nın Osmanlı Devleti'nin ilk başkenti unvanını taşımakla birlikte gastronomik açıdan da bir o kadar önem taşıdığının farkındayız. Bütün amacımız, şehrin yöresel lezzetlerini tüm dünyaya göstermektir. Bunun için ilk adımı attık. 5-8 Nisan tarihleri arasında düzenlenecek olan Gıda ve Sağlıklı Beslenme Fuarı'nda derneğimiz olarak etkin bir rol üstlenmeyi hedefliyoruz.

Mondelez International Türkiye'den ılın ilk ihracatı İspanya'ya

Türkiye'nin ilk 500 ihracatçısı içerisinde yer alan Mondelez International Türkiye, 2018 yılının ilk ihracatını şekerleme kategorisinde, Respiral markasıyla İspanya'ya gerçekleştirdi. Mentollü, Ballı ve Limonlu çeşitleriyle toplamda 17 tonluk bir ihracat gerçekleştiren Mondelez International Türkiye, Respiral'i İspanya ve Portekiz'i içine alan İberia Bölgesi için üretiyor. Şirketin yurt dışı için ürettiği Halls markasının alt markası olan sert şeker kategorisindeki Respiral'in üretimi geçtiğimiz yıldan bu yana Türkiye'de yapılıyor. Respiral'in de üretildiği Gebze Fabrikası, 85.000 m2'lik kapalı alan tesisiyle Mondelez International'ın dünyadaki en önemli üretim tesislerin başında geliyor.





1920 Sultanahmet Köftecisi KKTC'de

İstanbul'un asırlık lezzet durağı 1920 Sultanahmet Köftecisi, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'ndeki (KKTC) ilk şubesini Mağusa'daki City Mall Cyprus'ta açacak.1920 Sultanahmet Köftecisi Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Tezçakın, City Mall'in KKTC'deki ilk şubeleri olması açısından kendileri için büyük önem taşıdığını ifade ederek, "Azerbaycan ile başladığımız yurt dışı yatırımlarını Almanya'da Münih ve Nürnberg, İngiltere'de de Manchester'de şube açarak sürdürdük. KKTC'de çok ciddi yatırımlar planlıyoruz. City Mall, bu yatırımların ilk ayağını oluşturuyor. Aslında KKTC'de şube açmakta geciktik. Sebebi de bugüne kadar ciddi güvenilir bir partner bulamamızdı. Şimdi 42 yıllık güvenilir, ciddi bir aile şirketi ile işbirliği yapıyoruz. Bu işbirliğinin iki tarafa da hayırlı olmasını diliyorum" dedi.





Ajinomoto'nun büyüme stratejisinde yükselen yıldız Türkiye

Bünyesinde Türkiye'nin köklü gıda markası Kemal Kükrer'in yanı sıra Bizim Mutfak'ı bulunduran Ajinomoto, gerçekleştirdiği ilk basın toplantısında 2020 hedefinin gıda ve içecekte dünyanın ilk 10 markası arasına girmek olduğunu anlattı. Örgen Gıda ve Kükre Gıda Şirketleri İcra Kurulu Başkanı Sinan Altun, "Ajinomoto Grup, Türkiye'nin içinde bulunduğu bölgedeki ülkeleri 'Rising Stars (Yükselen Yıldızlar)' olarak tanımlıyor ve ülkemizi de bölgenin merkez üssü olarak görüyor." dedi. Ajinomoto Türkiye Yönetim Kurulu Başkanı Toru Okazaki ise Türkiye'nin stratejik konumu, çevre pazarlara erişiminin kolaylığı ve gelecek açısından umut vaat eden ekonomisiyle bölgenin en büyük gücü haline geldiğini, Türkiye gibi genç ve dinamik bir nüfusa sahip bir ülkede güçlü hedeflerinin olduğunu dile getirdi.



Kavaklıdere'den yeni satın alma

Kavaklıdere Şarapları A.Ş, Türkiye'de ve şarabın anavatanı Anadolu'da yaptığı yatırımları bir üst seviyeye çıkararak, dünyada şarabın başkenti olarak anılan Bordeaux'ya taşıdı. Bordeaux'da şarabın kalbinin attığı bölge olarak bilinen Saint-Émilion'nun hemen yanında yer alan Côtes de Catillon'da bulunan Chateau La Croix Lartigue'i satın alan Kavaklıdere, 80 dönüm bağ arazisi ve şaraphanenin de sahibi oldu. Bağların %60'ı Merlot, %40'ı Cabernet Franc üzümlerden oluşan bağların çıkan şarapların Appellation'u ise "Côtes de Bordeaux Castillon." Bir süredir Fransa'da bağ araştıran ve dünya şarapçılığında global bir oyuncu olmayı hedefleyen Kavaklıdere Şarapları, danışmanı olan Stephane Derenoncourt'un yönlendirmesiyle 2016 yılının başında Chateau La Croix Lartigue'i satın aldı. 2016 Eylül ayında, Kavaklıdere tarafından Côtes de Castillon'da ilk hasat gerçekleşti.

Özsüt dünyaya açılıyor

İzmir Kemeraltı'nda 16 metrekarelik bir dükkanda başlayan Özsüt'ün tatlı serüveni 80. yılına ulaştı. Ev dışı tüketimin yılda 55 milyar TL'ye yaklaştığını ve bunun yaklaşık yüzde 27'sinin Türkiye genelinde sayıları 65 bini bulan kafe, restoran ve pastane harcamaları olduğunu söyleyen Özsüt Genel Müdürü Güçlü Şeneler, "Yeme - içme sektörü, geri dönüşün 2 - 4 yıl gibi kısa sürelerde gerçekleşmesi ve ortalama yüzde 15 - 20 arasında değişen kar marjları ile yatırımcılar için oldukça cazip. Bugün hem yurt içinden hem de başta Orta Doğu olmak üzere dünyanın birçok noktasından yatırımcılar Türkiye'de bu sektöre girmek istiyor. Henüz yolun başındayız, yatırım, satın alma gibi konularda daha disipliner bir yapıya kavuştuğumuzda Türkiye'nin gastronomi turizmiyle örnek bir ülke olacağına inancımız tam. Şu anda yurt dışında Azerbaycan'daki üç mağazamız ile hizmet veriyoruz. Hedefimiz, 2023 yılında en az 10 ülkeye ulaşmak" diye konuştu.





TGDF Başkanı Kopuz: "Tarım ve gıdada ithalat, kısa vadeli düşünülmeli"

2017 yılında gündemden düşmeyen, son olarak Fransa'dan et ithalatı ile yeniden alevlenen ithalat tartışmalarını değerlendiren Türkiye Gıda ve İçecek Sanayii Dernekleri Federasyonu (TGDF) Başkanı Şemsi Kopuz, arz açığı olan ürünlerde fiyat istikrarı için ithalat yapılmasının kısa vadede yararlı olacağını, ancak uzun vadede üretime zarar vereceğini söyledi. Kopuz, 1 Ocak itibariyle bazı içecekler için yürürlüğe giren ÖTV uygulamasının ise gıda enflasyonu ile mücadele kararlılığıyla çeliştiğini kaydetti.

Türkiye 68 ülkeye organik ürün ihraç etti

Organik üretiminde Türkiye'nin lideri olan Ege Bölgesi organik ürünler ihracatında da açık ara lider oldu. Türkiye'nin 2017 yılında gerçekleştirdiği 87 milyon dolarlık organik gıda ürünü ihracatının yüzde 74'ü Ege Bölgesi'nden gerçekleştirildi. Organik ürün ihraç ettiğimiz ülke sayısı ise 68 oldu. Türk organik sektörünün 2023 yılı için 2.5 milyar dolarlık ihracat hedeflediğini açıklayan Ege Kuru Meyve ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı Birol Celep, "Ülkemizin en büyük pazarı Avrupa Birliği ülkeleri. Dünya genelinde 68 farklı ülkeye organik ürün ihraç ediyoruz. En fazla ihraç edilen organik ürünler sırasıyla çekirdeksiz kuru üzüm, kuru incir, fındık ve kuru kayısı" şeklinde konuştu.





Metro Toptancı Market'e ödül

Metro Toptancı Market, iletişim danışmanlığı sektöründeki ajansları temsil eden İletişim Danışmanlığı Şirketleri Derneği'nin (İDA) bu yıl ilk kez hayata geçirdiği, "PRİDA İletişim Ödülleri" kapsamında, gıda israfına karşı dikkat çeken Metro Gıda Hareketi projesi ile Sürdürülebilirlik İletişimi ödülüne layık görüldü.

PepsiCo'da üst düzey atama

PepsiCo, Global Yetenek Yönetimi, Çeşitlilik ve Dahil Etme Kıdemli Başkan Yardımcılığı görevine Ümran Beba'yı getirdi. Ümran Beba, PepsiCo'da üst düzey yönetici olarak uzun yıllara dayanan tecrübesi ile Türk iş dünyasını uluslararası seviyede güçlü bir şekilde temsil etmeye devam edecek. PepsiCo bünyesinde uzun yıllara dayanan bir deneyime sahip olan Beba, şirketteki 23 yıllık görev süresi boyunca, Türkiye Genel Müdürlüğü'nün yanı sıra Güney Doğu Avrupa ve Asya Pasifik Bölge Başkanlığı'nı yürüttü.





Doğanın en güzel armağanı olan zeytinyağına Sankara dokunuşu

Anadolu mutfağının kültür mirasını korumak ve eşsiz lezzetlerini nesiller boyunca yaşatmak amacıyla büyük bir tutkuyla çalışmalarını sürdüren Tadında Anadolu, sağlığına önem verenler için Türkiye'nin ilk ve tek fonksiyonel zeytinyağı Sankara'yı sunuyor. Yüzde 100 doğal içeriğiyle dikkat çeken zeytinyağı, sağlığı koruyucu ve düzeltici etkilerinin yanı sıra başta kanser, kalp hastalıkları, obezite, tip 2 diyabet, Alzheimer, MS ve Parkinson olmak üzere birçok kronik hastalığa yakalanma riskinin azaltılmasına yardımcı oluyor.

Ege Seramik UNICERA'da Spring 2018 Collection'u tanıtacak



Yıllardır sektöründe trendleri takip eden değil, yaratan firma olma iddiasını koruyan Ege Seramik, UNICERA Fuarı'nda 30'a yakın yeni serisini "Spring 2018 Collection" adı altında lansmanını gerçekleştirecek.

Türkiye'nin en büyük ihtisas fuarı kabul edilen UNICERA İstanbul Seramik, Banyo, Mutfak Fuarı bu yıl 27 Şubat – 3 Mart tarihlerinde CNR Expo'da kapılarını açmaya hazırlanıyor. Yıllardır sektöründe trendleri takip eden değil, yaratan firma olma iddiasını koruyan Ege Seramik, fuar çalışmalarına ara vermeden devam ediyor.

Yedigüller: "30'a yakın yeni serimizin lansmanını gerçekleştireceğiz"

Merakla beklenen fuar için Ege Seramik Genel Müdürü Göksen Yedigüller, "UNICERA Fuarı hazırlıklarına hızlı bir giriş yaptık. Yıllardır aynı heyecan ve azimle tasarım sürecimize devam ediyoruz. Bizim Ege Seramik olarak en büyük iddiamız portföyümüzde herkesin beğenebileceği en az bir ürün bulabileceği. Bu sebeple portföyümüzü sürekli yenileyerek geniş ve dinamik tutuyoruz. Yılda iki kere UNICERA ve CERSAIE fuarlarında yeni serilerle portföyümüzü güncelliyoruz. Bu Unicera Fuarı'nda da diğerlerinde olduğu gibi 30'a yakın yeni serimizin Spring 2018 Collection adı altında lansmanını gerçekleştireceğiz. Yeni ürünlerimizle trendlerin takipçisi değil, öncüsü ve yaratıcısı olduğumuzu bir kere daha ispatlayacağız." dedi.

Geçtiğimiz yıl UNICERA'nın hem iç pazar hem de ihracat müşterisi açısından çok verimli geçtiğini, sektör ileri gelenlerinin ilgisinden çok memnun kaldıklarını belirten Yedigüller, aynı performansı bu yıl da beklediklerini belirtti.



Ege Seramik İzmir Usta Eğitim Seminerlerinin ilki gerçekleşti

Ege Seramik İzmir Usta Eğitim Semineri'nin ilki 28 Aralık günü Anemon Fuar Otel'de gerçekleştirildi. İzmirli ustaların yoğun ilgi gösterdiği seminerde Ege Seramik ürünlerinin fiziksel ve mekanik özellikleri, ürün kutu etiketlerinin detaylı açıklamaları, doğru uygulama adımları, doğru seramik seçimi, farklı döşeme teknikleri ve karşılaşılabilecek muhtemel sorunların pratik çözümleri detaylı bir şekilde anlatıldı. Akşam yemeği ile biten organizasyon, ustalardan tam not aldı.
Açılış konuşmasını yapan Ege Seramik Genel Müdürü Göksen Yedigüller, "2017'yi bitirmek üzere olduğumuz bu günlerde yılın son usta eğitim seminerimizi evimizde, İzmir'de yapıyor olmaktan çok mutluyuz. Hep söylediğim gibi bizler en kaliteli, en estetik ürünleri üretiyoruz, ancak bu ürünleri doğru biçimde uygulayarak onlara hayat veren sizlersiniz. O yüzden sizlerle iletişimde olmak bizim için çok önemli. Bu çerçevede 2018 yılında da seminerlerimiz hız kesmeden devam edecek. Hedefimiz her şehirde usta eğitim seminerlerimizi gerçekleştirmek" diye konuştu.

Tasarım ve inovasyonun adresi Ege Vitrifiye şimdi UNICERA'da



Türk seramik sağlık gereçleri sektörünün önemli temsilcilerinden biri olan Ege Vitrifiye, UNICERA Fuarı'nda özenle tasarlanan ve yüksek teknoloji ile üretilen ürünlerini ulusal ve uluslararası ziyaretçiler ile buluşturmak için hazırlıklarını tamamladı.

Ege Vitrifiye son yıllarda yaptığı atılımlarla, hem iç piyasada hem de ihracat yaptığı 70'ten fazla ülkede dikkatleri üzerine çekiyor. Firma, 2017 – 2018 döneminde hijyenik ürünler, kanalsız klozetler ve ergonomi çözümlerine odaklanıyor.

Ege Vitrifiye Genel Müdürü Merter Savaş " Unicera Fuarı Ege Vitrifiye'nin her sene düzenli katılım gösterdiği, önemli bir sektör fuarıdır. Sadece Türkiye'den değil, farklı ülkelerden de müşterilerimizi ağırladığımız standımız, ziyaretçilerin ilgisini çekecek şekilde tasarlanmıştır. Bu sene Ege Vitrifiye olarak ürün portföyümüzdeki boşlukları tamamlayarak, yeni tezgâh üstü lavabolar ile projelere yönelik estetik yeni asma klozetler tasarladık. Geçen sene Avrupa Ürün Tasarım Ödülüne layık görülen Finikia serimizi müşterilerimiz ile buluşturduk ve Selge serimizi yeni anti-bakteriyel yüzey uygulamasıyla piyasaya sunduk. Ziyaretçilerimiz tüm bu ürünleri standımızda görebilecekler." dedi.

Savaş, "2017 yılında katıldığımız ulusal ve uluslararası fuarlarda markamızı ve ürünlerimizi tanıtma imkânı bularak, yeni müşterileri portföyümüze ekledik. 2018 yılında da önemli sektör fuarlarına katılım göstereceğiz. Çevreye ve insana değer verdiğimiz değerle büyüyen markamızı farklı platformlarda ziyaretçiler ile buluşturmaya devam edeceğiz" diye belirtti.

"Ege Vitrifiye Mythos; tasarımın gücünü fonksiyonellikle buluşturuyor"

Minimal tasarımı ile banyolara yeni bir soluk getiren Myhtos serisi, fonksiyonel yapısı ile öne çıkıyor. Serinin asma ve duvara tam dayalı klozetleri, ince zarif yavaş kapanabilen kapakları, uzun yıllar sorunsuz kullanılmasını sağlayan dayanıklılıkları ve sessiz çalışma özellikleri ile tüm banyolara konforu ulaştırıyor. Mythos serisi klozetlerinin sahip olduğu "Aquasave" özelliği, az su ile kusursuz temizlik sağlıyor. Monoblok asma lavabosu modern ve özgün tasarımı ile dikkatleri üzerinde toplarken, ergonomik tasarımıyla görenleri kendine hayran bırakıyor.



Ege Vitrifiye Genel Müdürü Merter Savaş



TAŞPAKON'un ilk uluslararası iş birliği Alman fuar devi Messe Stuttgart

Avrasya bölgesinin en büyüğü olan Uluslararası Ekmek, Pasta Makineleri, Dondurma, Çikolata ve Teknolojileri Fuarı; IBATECH İstanbul, 12-15 Nisan 2018 tarihleri arasında İstanbul Fuar Merkezi CNR Expo'da 12. kez 5 salonda, 50.000 metrekarelik alanda organize edilecek.

Messe Stuttgart Ares Fuarcılık tarafından iki yıllık aralıklarla düzenlenen IBATECH İstanbul, 12-15 Nisan tarihleri arasında ilgili tüm sektörlerin profesyonellerini CNR Expo'da 12. kez ağırlamaya hazırlanıyor. Büyüyen Türkiye pazarında ve tüm Avrasya bölgesinde sektörünün en önemli etkinliği durumundaki IBATECH'e; EKMADER (Ekmek ve Unlu Mamüller Makinaları Sanayicileri Derneği), GIDABİL (Gıda Bileşenleri ve Geliştiricileri Derneği), KOSGEB (Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı) ve sektöründe lider üye firmaların ardından TAŞPAKON da destek verdi.

"Aşçılık Pastacılık Türkiye Kupası Finali"

TAŞPAKON'un, Türkiye'de ilk defa uluslararası boyutta gerçekleştirdiği bu iş birliğiyle IBATECH İstanbul, Türkiye'nin en çok desteklenen fuarı oldu. Türkiye'nin çok güçlü olduğu mutfak kültürünü, fuar boyunca hazırladığı yarışma ve etkinliklerle tüm dünyaya tanıtmayı amaçlayan IBATECH İstanbul, konsept gereği Türkiye'de organize edilen tek yarışma organizasyonu "Taşpakon Türkiye Kupası"nın ilk finaline de ev sahipliği yapacak. Fuarın ilk 3 günü sürecek finallerde, aşçılık ve pastacılık eğitimi veren lise, meslek yüksekokulu ve üniversitelerin her gün farklı kural ve konseptlerde yarışan finalist takımlarından birinci olan okula, Taşpakon Türkiye Kupası verilecek. Fuarın son gününde ise TAŞPAKON anasponsoru La Lorraine iş birliği ile canlı ekmek pişirimleri, display ekmek sunumlarından oluşan "La Lorraine Türkiye Şampiyon Ekmekçi" yarışması düzenlenecek. 2016 yılında 114 ülkenin profesyonellerini ağırlayan Türk mutfağının dışarı açılan kapısı IBATECH, TAŞPAKON ile iş birliğini 21-24 Eylül 2019 tarihlerinde Stuttgart şehrinde organize edeceği Avrupa'nın 2. Büyük Fırıncılık ve Şekerleme Fuarı; SÜDBACK ile daha ileri boyutlara taşımayı planlıyor.

Messe Stuttgart, Almanya'nın lider ticari fuar organizatörlerinden ve 50'den fazla ülkede temsilcilikleri bulunuyor. 2017 yılında 22.711 katılımcı firmanın ürün ve hizmetlerini, 1.280.000 ziyaretçi ile buluşturan Messe Stuttgart; aynı yıl 22'si misafir, 35'i kendi organizasyonu olmak üzere 57 fuar düzenledi. Türkiyeofisi İstanbul başta olmak üzere Ankara ve İzmir'de de fuarlar düzenleyen Messe Stuttgart, hedeflerini sağlam ilkeler ve temeller üzerine oturtarak yurt içinde ve uluslararası alanda oldukça saygın bir konuma sahip.











Florya'nın yemek ve eğlence anlayışını değiştiren konseptler **Seasha ve Wondera**

Aqua Florya'da hayata geçen Seasha ve Wondera misafirlere yepyeni bir deneyim sunuyor. Seasha, çok özel menüsü ve etkileyici manzarası ile dikkat çeken bir restoran olma özelliği taşırken, Wondera ise hem küçüklere hem de büyüklere keyifli anlar yaşatacak renkli bir oyun alanı olarak öne çıkıyor.

Aqua Florya'nın teras katında konumlanan Seasha, özel mekan tasarımı, şık ayrıntıları ve muhteşem manzarası ile bambaşka bir yemek deneyimi sunuyor. Seasha'nın tamamen misafirlerine özel olarak hazırlanan yemek menüsünde hem Türk hem de Dünya lezzetlerine atıfta bulunan reçeteler yer alıyor. Konseptini rahatlık ve samimiyet üzerine kuran Seasha'da, özellikle gün batımı manzarası eşliğinde geçecek akşam yemekleri unutulmaz anlar yaşatacak.



Oyun cenneti

Aqua Florya'da eğlence ve konforu bir arada sunan Wondera, yaş ayrımı yapmadan hem küçük hem de büyük oyun tutkunlarına hitap ediyor. Birçok oyun konseptini bünyesinde barındıran mekanda, Sega oyunlarından ice hokey'e, basketboldan araba yarışına kadar birçok oyun teması yer alıyor.

İstenilen her konsepte uygun tasarlandı

Wondera'nın en heyecan uyandıran alanlarından birini ise VR alanı oluşturuyor. Roller Coaster heyecanını sanal gerçeklik gözlüğü yardımı ile sunan mekan, misafirlerine hem fiziksel hem de görsel olarak farklı bir deneyim yaşatıyor. İstenilen her konsepte uygun olma mottosu ile tasarlanan Wonderoom ise Wondera'nın alternatif bir etkinlik alanı olarak öne çıkıyor.











Türkiye'nin ilk ve tek kışlık lunaparkı "İstanbul Winter Dream" açıldı

Soğuk kış günlerinin buluşma noktası İstanbul Winter Dream, 18 Ocak'tan bu yana 40 gün 40 gecelik bir rüyayı yaşatıyor. Seyrantepe Vadi İstanbul'da ziyaretçilerini ağırlamaya devam eden yatırım 25 Şubat tarihine kadar ziyaretçilerini konuk edecek.

18 Ocak – 25 Şubat tarihleri arasında kışın en eğlenceli buluşmalarına ev sahipliği yapacak olan İstanbul Winter Dream, hafta içi ve hafta sonu 10.00- 23.00 saatleri arasında Seyrantepe Vadi İstanbul'da ziyaretçilerini ağırlayacak.



Açık havada buz pateni keyfi ve dev kızak rampasının keyfini yaşamak, atlıkarınca, kamikaze, çarpışan arabalar, flying wings, crazy dance, trombolin gibi lunapark klasiği eğlencelerin tadına varmak için Londra'da Hyde Park'ta bulunan merkeze kadar gitmenize gerek yok.... Şehrin içinde, 6000 m2'lik geniş bir alanda kışın keyfini doyasıya yaşayacağınız İstanbul Winter Dream, 18 Ocak – 25 Şubat tarihleri arasında sizleri eğlenceli bir rüyayı yaşamaya bekliyor.

Kışın en eğlenceli buluşmalarına ev sahipliği yapacak İstanbul Winter Dream, klasikleşen lunapark eğlenceleri, paten şovları, DJ performansları, ışık, dans gösterileri ve çocuklara özel çeşitli atölye çalışmaları ile kış aylarının en keyifli buluşma noktası olacak.

7'den 70'e herkes için eğlence var

Çocuklarınız 400 m2'lik alanda buz pateni yapmanın keyfini sürerken, siz de çarpışan arabalar ile çocukluğunuza dönebilir, kamikaze ile adrenalin seviyenizi zorlayabilir, çuf çuf tren ile çocuklarınız ile birlikte neşeli vakit geçirebilirsiniz. DJ performansları, ışık ve renkler arasındaki dans gösterileri ve paten şovlarına ev sahipliği yapacak İstanbul Winter Dream, ziyaretçilerine unutamayacakları bir kış vadediyor.

Sokak lezzetlerinin keyfi

Dumanı tüten köfte, nefis tantuni, kömürde kokoreç, kaç tane yediğini unutturan ıslak hamburger, tadına doyulmaz sucuk ekmek, başlı başına bir kış rüyası kestane ve daha nicesi... DJ müzik eşliğinde sokak lezzetlerinin keyfine varacağınız İstanbul Winter Dream, çeşitli hediyelik eşyaların satıldığı küçük ahşap evlerle de tam bir festival havası yaşatacak.





Reha Tartıcı
Gusto yazar

Nişantaşı'nın buluşma noktası St. Regis Brasserie







Kapısından girdiğiniz anda adeta zaman ve mekân kavramı kayboluyor. Açık mutfağı, şık barı, yüksek tavanlı ferah iç mekânı ile St. Regis Brasserie sizi adeta 20. yüzyılın başlarındaki Paris'e götürüyor. Emre Arolat Mimarlık tarafından 1920'lerin ünlü Paris brasserie'lerinden esinlenerek tasarlanan mekân, İstanbul'un en özel semtlerinden Nişantaşı'ndaki St. Regis İstanbul'un giriş katında yer alıyor. Konumu bölgenin en güzel yerinde. Çevresinde rakibi azımsanmayacak oranda. Tatlı rekabet sektörün olmazsa olmazı. Ama rakipten başarılı olmak yetmiyor. Bir de bunu sürdürülebilir kılmak gerekiyor. St. Regis Brasserie bu açıdan oldukça şanslı. Çünkü rekabetteki en önemli unsurlardan biri olan mutfağını başarılı ve ödüllü şef Özgür Üstün'e emanet etmiş. Menünün cazibesi mevsimsel ürünler ile hazırlanan çağdaş Fransız ve Türk mutfağından örneklerden geliyor. Şef Özgür Üstün ile ekibinin sihirli dokunuşları ve yorumlarıyla derinlik kattıkları menü, İstanbullu lezzet severlerin damaklarında fırtınalar koparıyor.
En güzel örneği Fransız mutfağının olmazsa olmazlarından "Steak Tartare". Özgür şefin özel yorumuyla servis edilen "Steak Tartare" için baştan çıkarıcı demek yanlış olmayacaktır. Türk mutfağından bir örnek vermek gerekirse Antakya "Firik Pilavı" ile servis edilen "Şaşlık" damak çatlatan cinsten. Tatlılara gelince bir dünya klasiği olan "Foret Noire" ile ilgili Özgür şefin yorumu gerçekten şapka çıkarılacak düzeyde. Bu mutfak ile çevredeki rakiplerin gastronomik açıdan mücadele etmesi pek mümkün gözükmüyor. Ama unutmamamız gereken bir gerçek var ki, günümüzde maalesef kalite göz ardı edilip trend olmak ön plana çıkıyor. St.Regis markasının rekabet için kaliteden ödün vermeyeceğini bilmek, böylesine özel bir mekanın sürdürülebilirliği açısından en önemli güvence.









Bebek'teki "gizli ev"iniz Hidden House

Boğaz'ın en gözde semti Bebek'te saklı kalmış bir cennet "Hidden House". Küçük Bebek Caddesi'ndeki çıkmaz bir sokağa saklanmış adeta. Gözlerden uzak olduğu için huzurlu ve keyifli bir kaçış noktası. Bu sempatik ve sıcak mekân aynı zamanda mini bir sanat galerisi. Dönemsel sergilere ev sahipliği yapıyor. Hidden House'u farklı kılan iki önemli özelliği daha var. Menüsünde sadece sağlıklı ürünlere yer veriyor ve gelirinin bir bölümünü sokak hayvanlarıyla paylaşıyor.
Son yılların en popüler semti Bebek'te mis kokulu kahveleri, özel çayları, doğal, organik ve lezzetli atıştırmalıkları ile öne çıkan Hidden House, sağlıklı lezzetlere ulaşmak isteyenler için adeta biçilmiş kaftan. Menüsü şu an için sınırlı olsa da sabah kahvaltısı, öğle ve akşam yemeği için her yerde bulamayacağınız sağlıklı alternatiflerden oluşuyor. Kullanılan tüm malzemeler özenle seçilerek üretildiği yerden getiriliyor. Yerel lezzetlerden hazırlanmış zengin sabah kahvaltısında servis edilen reçeller Bozcaada'dan, tereyağı Elazığ'dan, peynir çeşitleri ve süt Sapanca'dan geliyor. Ürün seçiminde gösterilen bu özen de doğal olarak lezzete yansıyor. Hidden House lezzete olduğu kadar sunuma da önem veriyor. Serviste kullanılan tüm takımlar buraya özel olarak tasarlanarak bir seramik sanatçısı tarafından üretilmiş. Özel tasarım servis takımları masanızı adeta bir tabloya çeviriyor.
Hem şehrin kalbinde olup hem de şehrin yoğunluğundan kaçabileceğiniz bu özel adreste kendinizi sanat, lezzet ve huzur ile şımartabiliyorsunuz.









Bubble Wrap ve onun lezzet saçan kabarcıkları...

Son dönemde Anadolu Yakası'nın kalbi adeta Moda'da atıyor. Neredeyse her gün yeni bir mekan bu büyülü mahallede kapılarını açıyor. Pek çoğu birbirine benzese de aralarında oldukça orijinal lezzetlere ev sahipliği yapan işletmeler de var. "Bubble Wrap İstanbul" bunun en güzel örneklerinden biri. Küçücük ama lezzet dolu bir mekan. O kadar küçük ki dışarıdaki iki üç masa olmasa neredeyse tüm misafirlerini ayakta ağırlayacak. Ama ayakta da olsa tadılmaya değer özel lezzetler üreten bir arı kovanını andırıyor.
Adından anlaşılacağı gibi lezzetlerini küçük kabarcıkların arasına gizliyor. Bubble Wrap için bir waffle türevi demek yanlış olmayacaktır. Mekanın yaratıcısı Pelin Görpe kendi yarattığı özel reçete ile dokusu kabarcıklardan oluşan bir çeşit waffle hazırlıyor. Bunun içine baş döndürücü lezzetler katarak sarıp sarmalıyor ve ortaya çeşit çeşit Bubble Wrap'ler çıkıyor. Mekanda her zevke hitap edecek "Wrap" bulmak mümkün. Aklımda kalanları "Monkey Wrap", "Çilek Wrap", "Oreo Wrap "ve "Ceviz Wrap" şeklinde sıralayabilirim. Ama tadı damağımda kalanlara gelince ilk sırada sabah kahvaltısı için hazırlanan "Omletli Wrap" yer alırken onu "Monkey Wrap" takip ediyor. Omletli Wrap dışındaki çeşitlere genelde dondurma eşlik ediyor. Dondurmanın Bubble Wrap çeşitlerine ayrı bir lezzet kattığını söyleyebilirim. Bubble Wrap'e uğradığında buraya özel "Pink Limonata" mutlaka denenmeli. Pelin Hanımın formülünü sır gibi sakladığı bu pembe limonatanın tadı gerçekten enfes.



Oteller ve acenteler için rezervasyon süreci hızlanıyor

Otellerin acentelerden gelen rezervasyonları tek platformdan takip etmesine olanak tanıyan Bookers Portal sistemi acentelerin rezervasyon süreçlerini hızlandırırken, teşvik ve ödüllerle motivasyonu artırıyor. Altyapısı Protel tarafından geliştirilen sistem, dünyaca ünlü Rixos Otelleri tarafından kullanılıyor.

Protel tarafından geliştirilen Bookers Portal sistemi, oteller ve acenteler için rezervasyon sürecini hızlandırırken, adil bir teşvik sistemi kurmak isteyen otellerin ihtiyacına etkin biçimde yanıt veriyor. Acentelerle Bookers Portal üzerinden daha verimli bir etkileşim yakalayan Rixos Otelleri; 14 ülkede birlikte çalıştığı toplam 800 acenteyi ağırladı. Etkinlikte her ülkeden en çok satış yapan üç acenteyi ödüllendiren Rixos Otelleri, acentelerin, rezervasyonları bekletmeden sisteme girmesini ödüllendirme yoluyla teşvik etmeyi hedefliyor.

Acenteler rezervasyon yaptıkça ödül kazanıyor

Protel imzasını taşıyan Bookers Portal sistemi; Rixos Otelleri'nin acentelerini daha hızlı rezervasyon girmeye teşvik etmesini sağlıyor. Aynı sistem, acentelerin rezervasyon çalışmalarına adil bir teşvik ve ödüllendirme sistemi getiriyor.
Karşılıklı kazanç esasına dayanan bu sistemde rezervasyon aracıları, girdikleri rezervasyonlara göre çeşitli puanlar kazanıyor. Bu puanlar belirli bir seviyeye ulaştığında ise Rixos Otelleri'nden ücretsiz rezervasyon yapma hakkı kazanıyorlar. Acenteler, bu rezervasyonları kendi personelleri için kullanabildikleri gibi; müşterileri için de kullanabiliyor. Bu sayede aracı kurumlar ister kendi çalışanlarını ödüllendiriyor, isterse satışlarını artırıyor.

Tüm acenteler tek platformda

Bookers Portal sisteminde, tüm süreçler sistem tarafından otomatik olarak izlendiği için herhangi bir haksızlık veya kayıp yaşanmıyor. Böylece otele, doğrudan ve dolaylı olarak ekonomik fayda sağlanırken aynı fayda acentelere de sağlanarak, karşılıklı ilişkilerin kuvvetlenmesi sağlanmış oluyor. Bookers Portal ile otellerin ve acentelerin arasındaki iletişimin çok daha verimli hâle geldiğini dile getiren Protel'den İş Geliştirme Yöneticisi Elif Durak, "Altyapısını geliştirdiğimiz bu sistem sayesinde oteller en fazla misafiri getiren acenteleri kolaylıkla görüyor. Oteller bu sayede acenteler için çeşitli ödül senaryoları yaratabiliyor. Böylece iki taraf arasında kurulan kazan-kazan ilişkisi güçleniyor," diye konuştu.











Samsung en yeni çözümlerini ISK-SODEX 2018 İstanbul'da sergileyecek

Samsung Electronics, Orta Doğu ve Kuzey Afrika bölgesinde sektörün en büyük fuarı olma özelliğini taşıyan ISK-SODEX'te yenilikçi teknolojileriyle yer alacak.



Samsung Electronics hem kurumsal hem de evsel kullanıma yönelik en yeni klima ve iklimlendirme çözümlerini ISK-SODEX 2018 İstanbul Fuarı'nda sergilemeye hazırlanıyor. Samsung Electronics bu yıl ilk kez kendi standı ile en yeni ürünlerini sergileyecek.

Bu sene ilk kez Fan-coil cihazlar da sergilenecek

Samsung Electronics'in standında ziyaretçileri bekleyecek olan ürünler arasında International Forum 2016'da Tasarım Ödülü alan ve homojen iklimlendirme çözümü ile sektöre büyük bir yenilik kazandıran 360 Kaset Klima ile birlikte rüzgârsız serinlik teknolojisine sahip Wind-Free tek yön ve Wind-Free 4 yön kaset tipi iç üniteler ile duvar tipi iç üniteler de yer alıyor. Bu sene ilk kez Fan-coil cihazları da ürün gamına ekleyen Samsung, 360 Kaset tipi Fan Coil gibi şık ve benzersiz modellerini de ISK-SODEX 2018'de sergileyecek.
Samsung Electronics, sektöre yenilik katan 360 Kaset ve Wind-Free ürün çözümlerinin yanında maksimum enerji ve alan verimliliği sunan DVM S 30 HP, DVM S Eco, DVM S Water ve DVM Chiller modellerini de ISK-SODEX 2018'de ziyaretçilerin beğenisine sunacak.
Türkiye pazarını bölgenin en önemli pazarlarından biri olarak değerlendiren Samsung Electronics'in üstün teknolojileri, ISK-SODEX 2018 fuarında klima bayilerinden inşaat şirketlerine kadar çok farklı alanlardan gelen profesyoneller tarafından deneyimlenebilecek.

Amadeus ve Corebit'ten, acenteler için yeni çözüm

Amadeus Türkiye ve Corebit, seyahat acenteleri ve kurumsal firmaların seyahat politikalarına uygun rezervasyon ve biletleme yapabilecekleri, yeni teknoloji çözümü 'bizitravel' için işbirliğine imza attı.

Küresel seyahat endüstrisi için ileri teknoloji çözümlerinin önde gelen sağlayıcısı ve işlemcilerinden Amadeus ve Corebit'in işbirliğiyle sektöre sunulacak olan "bizitravel" ürünü, seyahat politikası ve biletlemenin yanı sıra onay akışları, uçuş takibi, masraf yönetimi ve raporlama gibi ihtiyaçları da karşılayacak. Amadeus, bizitravel ile kullanıcısı tüm acentelere teknoloji yatırımı yapmaksızın kendi kurumsal müşterilerine hizmet verme imkanı sunuyor. Teknoloji çözümleriyle seyahat acentelerinin ihtiyaçlarını ön planda tuttuklarına vurgu yapan Amadeus Türkiye Genel Müdürü Eric Willems, "Her zaman acentelerimize maksimum fayda sağlamak için çalışıyoruz. Ürün stratejimizi acentelerimizin ihtiyaçları doğrultusunda şekillendiriyoruz. Bizitravel, kolay kullanımı, kolay konfigurasyon ve hızlı implementasyonu sayesinde kurumlara çok uygun ve ölçeklenebilir bir sistem. Bizitravel ile şirketlerin çalışabileceği bir çözüm sunarak acentelerimizin iş hacimlerini artırmayı, işlerini geliştirmelerine yardımcı olacak ileri teknoloji çözümler sunmayı hedefliyoruz" dedi.

Bizitravel maliyet avantajı sağlayacak

Geliştirdikleri "bizitravel" sistemiyle hem acentelere hem kurumsal firmalara birçok avantaj sunacaklarını belirten Corebit Kurucu Ortağı Yusuf Önder Us, "Yeni teknoloji çözümümüzü Amadeus ile acentelere ve kurumsal firmalara taşımak bizleri heyecanlandırıyor. Geliştirdiğimiz yeni çözüm "bizitravel" ile sunacağımız avantajları iki farklı çatı altında değerlendiriyoruz. Bunlardan birincisi acenteler için sunacağımız avantajlar. Acentelerimiz daha verimli çalışarak, zamanı daha iyi yönetebilecekler. Yeni ürünümüz acentelere, çok yüksek yatırım maliyetleri gerektiren ve sürekli takip edilmesi gereken teknolojiyi uygun fiyatla alıp rekabet edebilir konuma gelmesi için destek olacak. Mesai saatleri dışında da çalışan bir sistemle kullanıcılara ihtiyaç duydukları anda rezervasyon ve biletleme yapabilme olanağı ve kendi anlaşmalı uçak ve otel fiyatlarını müşteriye yansıtabilme gibi imkanlar sunacak" dedi.
Bizitravel'in kurumsal firmalara sağlayacağı avantajları da anlatan Yusuf Önder Us, "Kendi kendilerine planlama ve biletleme ile firma çalışanları zamandan tasarruf edecek. Firmalar, seyahat politikaları çerçevesinde anlaşmalı havayolu ve otel fiyatlarını kullanırken aynı zamanda raporlama da yapabilecekler. Böylece ciddi bir maliyet avantajının da elde edileceğini öngörüyoruz. Bütün kurum için tek bir merkezi sistem ihtiyaçları karşılayacak ve kurumlar çalışanlarının seyahat güvenliği için kimin nerede olduğunu anlık görebilecek. 7/24 mobil ve web sitesinden biletleme ve rezervasyon imkanı sayesinde işlemlerini kolaylıkla halledebilecek" diye konuştu.







2018 yılı dijital ile parlayacak

İnternet kullanım ağının gelişmesi ile dijital dünyanın sağladığı avantajları etkin şekilde kullananların açık ara önde olduğu günümüzde, gelişmeler hız kesmeden devam ediyor. 48 milyon internet kullanıcısının önemli bir kitleyi oluşturmasıyla birlikte markalar, dijital gücün kapsama alanı içerisinde yer almak istiyor. Reklam yatırımları ve şirket içi süreçlerde daha etkin bir kullanım alanı bulan dijital sayesinde dünyaya ayak uydurmak kolaylaşıyor.

İnternet kullanıcılarını satın almaya çok daha yaklaştıran, en doğru ortamda markanın mesajını doğrudan vermeyi sağlayan etkin mecra olarak karşımıza çıkıyor. İnternetin etkin rol oynadığı dijital reklamcılık sayesinde doğru mesajla, doğru zamanda, doğru kişilere erişim sağlanıyor. Geleneksel reklamlara göre daha fazla esneklik sağlayan dijital reklamların nasıl performans gösterdiği gerçek zamanlı olarak takip edilebiliyor. Dijital reklam yatırımları, Türkiye'de 2017 döneminde yüzde 14,6 oranında büyüme göstererek 1.063 milyon TL'ye ulaştı. Bu da, sektörün gücünü ortaya koyuyor.

Her gün bir 'yenilik'

Dijital dünyada nefes alan, internet kullanımı sayesinde ihtiyaç duyduğu her türlü bilgiye hızlı bir şekilde ulaşabilen 7,6 milyar insanın yaşadığını belirten CRM Medya Ajans Başkanı Ramazan Becer, "Dijital dünya her yeni gün başka bir gelişme ile kendisinden söz ettiriyor. Her yıl farklı bir trend ile hızla gelişim gösteren dijital sayesinde dünyaya parmaklarımızla dokunabiliyoruz. Yapılan araştırmalar internette günde 6 saat 46 dakika zaman geçirdiğimizi gösteriyor. Dijital reklamlar hedef kitleye ulaşmada etkin bir mecra konumunda. Markalar kendi dijital stratejilerini belirleyerek hedef kitleye daha fazla yakın olma çabası içerisindeler. Bu nedenle dijital pazarlamanın öneminin farkında olmalıyız. Dijital pazarlamanın geliştirilmesi ve uygulanması için daha fazla finansal kaynak ayırmalı ve planlamalarımızı bu doğrultuda yapmalıyız. Dijital reklam yatırımları Türkiye'de 2018 döneminde de hız kesmeden büyüme göstererek, sektöre güç katmaya devam edecek. Dijital gücümüze güç katacak."



CRM Medya Ajans Başkanı Ramazan Becer

BOCCHI'den çevreci armatür koleksiyonu

70 yıldır seramik banyo ve mutfak ürünleri alanlarında yenilikçi ve yaratıcı çözümler sunan köklü İtalyan firması BOCCHI, tasarım ve teknolojinin buluştuğu yeni armatür koleksiyonu ile doğal kaynakların en verimli şekilde kullanılmasına olanak sağlayarak banyo deneyimlerine konfor ve estetiğin yanı sıra ekolojik bir duyarlılık kazandırıyor. Yeni sezonda farklı renk ve tasarım seçenekleriyle dikkat çeken BOCCHI ürünü tasarruflu armatürler genel mimari trendler içerisinde son yıllarda yükselişe geçen retro akımının banyolara da yansıması ile beraber altın, bakır ve mat renk kaplamalı armatür tasarımları yoğun bir ilgi görüyor. BOCCHI koleksiyonlarındaki, eski kırmızı volanlar ve modern gövde tasarımının birleşimiyle geçmiş zamana atıfta bulunan retro armatürler, farklı olanı arayan kullanıcılara kendilerine özgü bir stil yaratma fırsatı sunarken, mimarlar ve tasarımcılar için de sınırları olmayan bir oyun alanı sağlıyor.





Dış mekanlarda büyüleyici efektler Goccia Wash

Dış mekan ürünlerinde fark ortaya koyan İtalyan Goccia'nın, ışığı yeniden yorumladığı sıva üstü aplik serisi WASH, tasarımı ve performansıyla göz doldururken; hem genel aydınlatma, hem de ışık efekti anlamında estetik bir görsellik vaat ediyor. Dikdörtgen prizma ve parabolik profil seçenekleriyle, birinci sınıf alüminyum alaşımından üretilen ve dört farklı gövde seçeneğine sahip WASH ailesi, isteğe bağlı olarak ışığı aşağı ya da yukarı yönlendirdiği gibi, çift yönlü kullanım imkanı da sağlıyor. WASH, yeni jenerasyon LED çipleri ile tek yönde yakalanan 1120, 1200 ve 1470 lümenlik performans sayesinde, ışık efekti ve verimlilik anlamında ideal bir çözüm sunuyor.